



**UNIVERSIDAD NACIONAL
“PEDRO RUIZ GALLO”
ESCUELA DE POSTGRADO**



MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN

**“Factores que determinan el desarrollo
empresarial de las MYPES en el sector
comercio textil en el distrito de Chiclayo –
Lambayeque – Perú”**

TESIS

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÈMICO DE MAESTRO EN
ADMINISTRACIÓN CON MENCIÓN EN GERENCIA
EMPRESARIAL**

AUTOR:

Lic. Tantaléan Zeña, Francisco Antonio

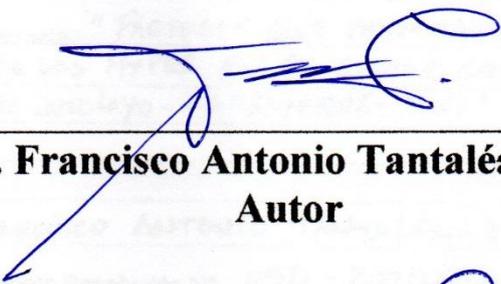
ASESOR:

Dr. Ríos Villacorta Mauro Adriel

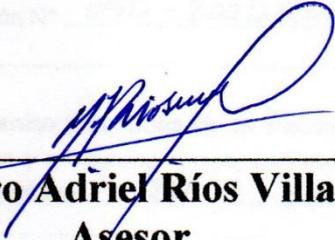
LAMBAYEQUE - PERÚ

**“Factores que determinan el desarrollo empresarial de
las MYPES en el sector comercio textil en el distrito de
Chiclayo – Lambayeque – Perú”**

PRESENTADO POR:

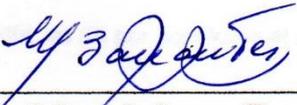


Lic. Francisco Antonio Tantaléan Zeña
Autor

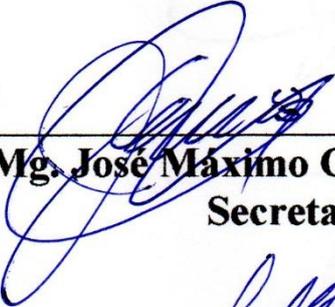


Dr. Mauro Adriél Ríos Villacorta
Asesor

APROBADO POR:



Dra. María Magdalena Barrantes Quiroz
Presidenta



Mg. José Máximo Gómez Navarro
Secretario



Dr. Juan Carlos Guiseppe Pier
Angelo Samame Castillo
Vocal

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

116

Siendo las 5 pm horas del día 21 de Enero de 2020 del año Dos Mil
veinte, en la Sala de Sustentación de la Escuela de Posgrado de la

Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo de Lambayeque, se reunieron los miembros del Jurado,
designados mediante Resolución N° 0762-2019-EPG de fecha 13 de junio 2019, conformado por:

Dra. María Magdalena Baranutes Quiroz PRESIDENTE (A)
Mg. José Máximo Gómez Novillo SECRETARIO (A)
Dr. Juan Carlos Guiseppe Pier Angelos Ayara Castillo VOCAL
Dr. Mauro Adriel Rios Villacorta ASESOR (A)

Con la finalidad de evaluar la tesis titulada "FACTORES QUE DETERMINAN EL
DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS MYPES EN EL SECTOR COMERCIO
TEXTIL EN EL DISTRITO DE CHICLAYO - LAMBAYEQUE - PERU"

presentado por el (la) Tesista FRANCISCO ANTONIO TANTALEAN ZEÑA

sustentación que es autorizada mediante Resolución N° 050-2020-EPG de fecha Lambayeque,
13 de Enero de 2020

El Presidente del jurado autorizó del acto académico y después de la sustentación, los señores
miembros del jurado formularon las observaciones y preguntas correspondientes, las mismas que
fueron absueltas por el (la) sustentante, quien obtuvo 80 puntos que equivale al
calificativo de BUENO

En consecuencia el (la) sustentante, queda apto (a) para obtener el Grado Académico de:
MAESTRO EN ADMINISTRACION CON MENCIÓN EN
GERENCIA EMPRESARIAL

Siendo las 6:20 pm horas del mismo día, se da por concluido el acto académico, firmando la
presente acta.

[Firma]
PRESIDENTE

[Firma]
SECRETARIO

[Firma]
VOCAL

[Firma]
ASESOR



L. 19/02/2020

[Firma]
DR. LUIS JAIME COLLANTES SANTISTEBAN
Director Académico

NOTA: La existencia del acta en los libros de la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo; ha sido
verificada por la Sra. Moraima Vera Pozo, quien con su firma da fe de lo mencionado.

[Firma]
Sra. Moraima Vera Pozo
Trabajadora Administrativa

Declaración jurada de originalidad

Yo, Francisco Antonio Tantaleán Zeña, investigador principal, y Mag. Mauro Adriel Ríos Villacorta, asesor del trabajo de investigación “Factores que determinan el desarrollo empresarial de las MYPES en el sector comercio textil de Chiclayo-Lambayeque-Perú”, declaramos bajo juramento que este trabajo no ha sido plagiado, ni contiene datos falsos. En caso se demostrará lo contrario, asumo responsablemente la anulación de este informe y por ende el proceso administrativo a que hubiere lugar. Que puede conducir a la anulación del título o grado emitido como consecuencia de este informe.

Lambayeque, noviembre de 2019

Nombre del investigador : Lic. Francisco Antonio Tantaleán Zeña

Nombre del asesor : Mag. Mauro Adriel Ríos Villacorta

Dedicatoria

A mi familia que me brinda su apoyo y comprensión; a Dios con su fortaleza y poder infinito nos protege y guía para poder lograr lo que me propuse

Francisco Antonio Tantaleán Zeña

Agradecimiento

Expreso mi agradecimiento a los docentes de la escuela de posgrado de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo por los conocimientos impartidos, a mi familia, a los señores comerciantes MYPES del sector textil del distrito de Chiclayo, por su valiosa información, al Dr. Mauro Ríos Villacorta asesor de la presente tesis, a la economista Milagros Horna Oliva por su apoyo incondicional, a todos ellos que de una u otra manera permitieron el desarrollo del presente trabajo para lograr mi objetivo.

Índice General

Acta de sustentación (copia)	¡Error! Marcador no definido.
Declaración jurada de originalidad	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Índice General	vii
Índice de Tablas	ix
Índice de Figuras	x
Índice de Anexos	xi
Resumen	xii
Abstract	xiii
Introducción	2
Capítulo I. Diseño Teórico	7
1.1. Antecedentes de la Investigación	7
1.1.1. Antecedentes internacionales	7
1.1.2. Antecedentes Nacionales.	8
1.1.3. Antecedentes Locales.	13
1.2. Base Teórica	15
1.2.1. Desarrollo empresarial	15
1.2.2. Gestión empresarial	21
1.2.3. Cultura empresarial	23
1.2.4. Acceso al crédito	23
1.2.5. Gestión del Recurso Humano	24
1.2.6. Marketing	25
1.2.7. Informalidad	27
1.2.8. MYPE	28
1.3. Definiciones Conceptuales	29
1.3.1. El desarrollo empresarial	29
1.3.2. Gestión empresarial	30
1.3.3. Sistema financiero.	30

1.3.4.	Carta fianza.	30
1.3.5.	Comercio Textil.	30
1.4.	Operacionalización de Variables.	31
1.5.	Hipótesis.	32
1.5.1.	Hipótesis general.	32
1.5.2.	Hipótesis específicas.	32
Capítulo II.	Métodos y Materiales.	34
2.1.	Tipo de Investigación.	34
2.2.	Método de Investigación.	34
2.3.	Diseño de Contratación.	35
2.4.	Población, Muestra y Muestreo.	36
2.4.1.	Población.	36
2.4.2.	Muestra.	36
2.4.3.	Muestreo.	38
2.5.	Técnicas, Instrumentos, Equipos y Materiales de Recolección de Datos.	38
2.5.1.	Técnicas de recolección de datos:	38
2.5.2.	Instrumentos:	39
2.5.3.	Materiales de recolección de datos:	40
2.5.4.	Validación y confiabilidad de los instrumentos.	41
2.6.	Procesamiento y Análisis de Datos.	42
Capítulo III.	Resultados.	44
3.1.	Generalidades de las MYPE en análisis.	44
3.2.	Accesibilidad al crédito.	51
3.3.	Gestión del recurso humano.	53
3.4.	Marketing.	56
3.5.	Formalidad.	57
Capítulo IV.	Discusión.	63
	Conclusiones.	66
	Recomendaciones.	67
	Referencias Bibliográficas.	68
	Anexos.	75

Índice de Tablas

Tabla N° 1. Relación de microempresas textiles de la plataforma del mercado modelo, Manuel Pardo y calles del distrito de Chiclayo – Lambayeque	Pág. 36
Tabla N° 2. Resumen ANOVA	Pág. 59

Índice de Figuras

Figuras 01. Antigüedad del negocio	Pág. 45
Figuras 02. Capital inicial del negocio	Pág. 46
Figuras 03. Tipo del recuso financiero con el cual inició el negocio	Pág. 47
Figuras 04. Destino del financiamiento	Pág. 48
Figuras 05. Elaboración de estados financieros y registros de ventas	Pág. 49
Figuras 06. Planeamiento estratégico en las MYPES	Pág. 50
Figuras 07. Acceso al crédito de las MYPES del comercio textil	Pág. 51
Figuras 08. Entidades del sistema financiero con las cuales se financia las actividades operativas de las empresas MYPE	Pág. 52
Figuras 09. Número de trabajadores	Pág. 53
Figuras 10. Capacitación al personal	Pág. 54
Figuras 11. Rotación de personal	Pág. 55
Figuras 12. Realiza promociones u ofertas	Pág. 56
Figuras 13. Cuenta con RUC vigente	Pág. 57
Figuras 14. Percepción del empresario MYPE sobre la formalidad	Pág. 58

Índice de Anexos

Anexo 1. Instrumentos de Recolección de Datos	Pág. 75
Anexo 2. Formato de Tabulación de Datos	Pág. 78
Anexo 3. Rúbricas de Expertos de Instrumentos de Recolección de Datos	Pág. 79
Anexo 4. Fotografía Investigador Visitando las MYPES	Pág. 83

Resumen

Los cambios acelerados producidos en la última década en el comercio mundial, demandan a las empresas, especialmente a las MYPES en el sector comercio textil, actuar de acuerdo a las oportunidades y limitaciones del medio en el que se encuentran inmersas. Asimismo, se observa que, existen factores que afectan seriamente su éxito competitivo. Por lo tanto, se planteó el siguiente objetivo: Analizar los factores que determinan el desarrollo empresarial de las MYPES en el sector comercio textil en el distrito de Chiclayo. La Investigación es de tipo mixta de diseño explicativo secuencial (DEXPLIS), el cual se caracteriza por una etapa inicial donde se recaban y analizan datos cuantitativos, y una segunda etapa donde se recolectan datos cualitativos.

A través de los resultados se llegó a la conclusión que las MYPES son el principal dinamizador de la economía en el Perú, sin embargo presenta una serie de problemas en su organización y en la ejecución de sus procesos internos, para el caso de las MYPES comerciantes textiles del distrito de Chiclayo se ha podido determinar que no planifican sus actividades en relación a producción, ventas y marketing, el 82% de las MYPES encuestadas buscan obtener préstamos en la banca privada. Así también el 58% de las empresas MYPE no realizan ningún tipo de marketing, los factores que tienen significancia en el modelo son el acceso al crédito, la formalidad y la gestión del recurso humano y las MYPES no invierten en marketing para mejorar sus ventas considerándolo poco relevante.

Palabras clave: MYPE, comercio textil, marketing, planificación.

Abstract

The accelerated changes produced in the last decade in world trade demand that companies, especially MYPES in the textile trade sector, act according to the opportunities and limitations of the environment in which they are immersed. It is also observed that there are factors that seriously affect your competitive success. Therefore, the following objective was raised: Analyze the factors that determine the business development of the MYPES in the textile trade sector in the Chiclayo district. The research is a mixed type of sequential explanatory design (DEXPLIS), which is characterized by an initial stage where quantitative data is collected and analyzed, and a second stage where qualitative data is collected. Through the results it was concluded that the MYPES are the main driver of the economy in Peru, however it presents a series of problems in its organization and in the execution of its internal processes, in the case of the MYPES merchants Chiclayo district textiles have been determined that they do not plan their activities in relation to production, sales and marketing, 82% of the MYPES surveyed seek to obtain loans in private banking. Likewise, 58% of MYPE companies do not perform any type of marketing, the factors that have significance in the model are access to credit, formality and human resource management and MYPES do not invest in marketing to improve their sales considering it not relevant

Keywords: MYPE, textile trade, marketing, planning.

INTRODUCCIÓN

Introducción

América Latina en la actualidad pasa por severos problemas sociales como la pobreza extrema, esta condición ha generado que la población desarrolle micro y pequeñas empresas para poder generar ingresos con los cuales subsistir, en su mayoría conformados por familias. Las MYPE representan oportunidades de crecimiento económico, social pues generan empleo. Las micro y pequeñas empresas en su mayoría son fabricantes, proveedoras de servicios y minoristas. (Sánchez, 2006)

Se planteo como problema principal de la investigación: ¿Cuáles son los factores que determinan el desarrollo de las MYPES en el sector comercio textil en el distrito de Chiclayo?

Asimismo, como objetivo general se planteó, analizar los factores que determinan el desarrollo empresarial de las MYPES, en el sector comercio textil en el distrito de Chiclayo, y para dar respuesta al objetivo general, se plantearon los siguientes objetivos específicos: Determinan la influencia de la accesibilidad al crédito en el desarrollo empresarial de la MYPE del comercio textil; determinar la influencia de la gestión de recurso humano y el marketing, como componente de la gestión empresarial en el desarrollo empresarial de la MYPE del comercio textil; y determinar la influencia de la formalidad en el desarrollo empresarial de la MYPE del comercio textil.

Según el Art. 2 de la Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa (Ley 28015), la Micro y Pequeña Empresa es “la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial”, el objeto de la MYPE es desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Las micro, pequeñas y medianas empresas tienen una alta predominancia en el mercado de comercio, las cuales a diferencia de la gran empresa presenta dificultades en

obtener apalancamiento financiero lo cual disminuye su capacidad de renovación tecnología poniéndolas en desventaja y menguando su competitividad. (Quispe y Rengifo, 2013)

El principal factor que limita el desarrollo del tejido empresarial e industrial de las MYPE es la informalidad la cual conlleva a bajos niveles de productividad, debido al bajo acceso a nuevos mercados, baja asociatividad y articulación con empresas medianas y grandes, baja capacidad de gestión empresarial, bajo acceso y uso inadecuado de las tecnologías de la información (TICs), baja identidad y cultura empresarial, baja capacidad operativa, bajo acceso al financiamiento, todas estas limitaciones conducen a la baja competitividad de la micro y pequeña empresa y por ende a la baja obtención de rentabilidad. (Galván, 2005)

El sector comercio representa aproximadamente el 14% del Producto Bruto Interno (PBI) del país y genera empleo con mayor frecuencia que en otros sectores empleando al 17% de la población económicamente activa (PEA), lo cual en cifras representa a 2.4 millones de trabajadores. (INEI, 2016)

El sector textil y de confecciones abarca una serie de actividades que incluye el tratamiento de fibras naturales o artificiales para la elaboración de hilos, continúa con la fabricación y acabado de telas, y finaliza con la confección de prendas de vestir y otros artículos. La producción de textiles y confecciones en el Perú ha mostrado un gran crecimiento los últimos años y su crecimiento en el mercado internacional ha estado basado en ventajas competitivas entre las que podemos mencionar la alta calidad y prestigio de las fibras peruanas y el alto nivel de integración del sector a lo largo del proceso productivo. (Pérez, Rodríguez, Ingar, 2010)

Por su ubicación estratégica el departamento de Lambayeque tiene una intensa actividad comercial, especialmente la ciudad de Chiclayo que en los últimos años se ha situado como una de las ciudades más comerciales del Perú. El sector comercio representa aproximadamente el 25% del PBI regional lo cual reafirma la importancia de esta actividad para el desarrollo económico del departamento. Según las cifras proporcionadas por la SUNAT el 99.5% de los establecidos formales en el departamento de Lambayeque son micro y pequeñas empresas y de ellas el 82.1% se sitúan en el sector comercio y servicios.

A través de un estudio realizado el 2016 en el distrito de Chiclayo, se determinó que el 20% de las MYPES del sector comercio textil inicia con un capital de S/. 5000.00, en relación al número de trabajadores el 46.7% solo cuenta con un trabajador, y el 6.7% cuenta con un máximo de cuatro trabajadores. El 66.7% de las MYPES en el sector comercio Textil son empresas familiares.

La investigación comprende el enfoque de investigación mixto y busca determinar los factores que influyen en el desarrollo empresarial de las MYPES del comercio textil en el distrito de Chiclayo. El aporte es útil y práctico dado que permitirá que los empresarios tomen decisiones y mejoren sus procesos operativos y analicen indicadores como lo hace un gerente lo cual optimizará la toma de decisiones.

La estructura de la investigación comprende cuatro capítulos: el primero capítulo describe el diseño teórico, se fundamenta con antecedentes y teorías los cuales son útiles para la triangulación de la discusión de resultados; el segundo capítulo comprende los métodos y materiales que permiten desarrollar la investigación; en el tercer capítulo se

describen los resultados obtenidos a través de la encuesta y en el último capítulo se realiza la discusión de resultados.

Finalmente se presenta las conclusiones y recomendaciones, producto de la investigación realizada.

CAPÍTULO I

Capítulo I. Diseño Teórico

1.1. Antecedentes de la Investigación

1.1.1. Antecedentes internacionales.

Cifuentes (2017) llevó a cabo la tesis titulada: Principales factores de competitividad para el acceso de las Pymes colombianas del sector textil confección a mercados internacionales. Esta investigación busca determinar cuáles son los factores de competitividad que la Pyme colombiana debe desarrollar para lograr el acceso a mercados internacionales, a partir del estudio del concepto de competitividad en la Pyme y su relación con las diferentes teorías de internacionalización expuestas en el trabajo. Para esto se llevó a cabo una metodología de estudio de caso en 2 Pyme colombianas, del sector textil-confección, de similares características y distintos estados de desarrollo internacional, con el objetivo de determinar cuáles han sido los factores de competitividad claves en sus procesos de internacionalización. La investigación parte de la revisión del estado del arte, donde se revisan los conceptos de competitividad en la Pyme, la internacionalización y estudios anteriores donde se evidencian pocos trabajos aplicados a la Pyme colombiana. En segundo lugar, se realiza un completo análisis de las características de la Pyme en Colombia y el contexto del comercio exterior colombiano. Por último, se explica la metodología utilizada en el estudio de caso y se presentan las conclusiones y propuestas para futuras líneas de investigación.

Illanes (2017), en su tesis titulada Caracterización del financiamiento de las pequeñas y medianas empresas en Chile, tuvo como objetivo general realizar una caracterización del financiamiento de las pequeñas y medianas empresas en Chile. La técnica de recolección de datos que se aplicó fue la encuesta y análisis aplicado fue de corte transversal.

Mediante el procesamiento de los datos se llegó a la conclusión que las empresas que tienen como gerentes personas con estudio universitarios tienen efectos significativos en el ROE, pero negativos lo que se puede explicar por la presencia de otras variables que caracterizan el gerente que no son controladas en el modelo. Así también el tamaño de las compañías sí influye en el ROE, pero en forma negativa porque las empresas pequeñas se encuentran en nichos de mercado en crecimiento.

Quintero (2018) en su investigación Las PYMES en Colombia y las barreras para su desarrollo y perdurabilidad, se planteó como objetivo general identificar las principales barreras para el desarrollo de las PYMES en Colombia y su perdurabilidad en el tiempo. La investigación se basó en informes técnicos y estadísticos sobre las PYMES colombianas, así como la aplicación de encuestas dirigidas a los propietarios de las empresas.

Luego del procesamiento de datos se llegó a las siguientes conclusiones: las PYMES deben dejar de ver a la innovación como un gasto sino que deben enfocarlo como una inversión; las certificaciones de calidad en una PYME generan confianza para sus clientes; el recurso humano debe ser gestionado mediante planes de capacitación para personal y beneficios.

1.1.2. Antecedentes Nacionales.

Tarazona y Collazos (2016), en su investigación “Cultura tributaria en la formalización de las MYPES, Provincia de Pomabamba - Ancash año 2013 (Caso: Micro empresa T&L S.A.C)”, se presentó como problema de investigación ¿Cuál es la incidencia de la cultura tributaria en la formalización de la Micro Empresa T&L S.A.C. - en la ciudad de Pomabamba – Ancash, año 2013?, y como objetivo central determinar la incidencia de la cultura tributaria en la formalización de la empresa T&L S.A.C como Micro empresa - en la ciudad de Pomabamba – Ancash, 2013.

A través del desarrollo de un caso práctico se logró concluir que el nivel de cultura tributaria en la provincia de Pomabamba es muy baja por el alto índice de informalidad, lo cual es responsabilidad de las instituciones encargadas de tributos en la zona por no impartir orientación indicada, por ello T&L S.A.C. erró en el proceso de formalización. Las políticas y acciones en temas tributarios del gobierno provincial de Pomabamba son precarios lo cual prolonga la obtención de la licencia de funcionamiento. El proceso de formalización en la provincia es muy costosa y demanda mucho tiempo, por lo que se puede concluir que la empresa T&L S.A.C., no está en el rango de sus obligaciones y beneficios.

Chiroque, J. (2013), en su tesis “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio rubro artículos de ferretería del mercado modelo de Piura, periodo 2012”, planteó como objetivo determinar la caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPES en el sector y ámbito de estudio, para poder llegar a demostrar el objetivo se empleó la Metodología en el nivel descriptivo no experimental.

Luego de aplicar el instrumento de recolección de datos y realizar el análisis de los mismos, se obtuvo como resultado que la facilidad de financiamiento depende del ciclo de maduración de la empresa, es decir, la empresa debe contar con información contable durante un periodo regular de años que acrediten la regularidad de sus operaciones. En relación a la capacitación se determinó que es de gran importancia para el crecimiento de la empresa pues permitirá obtener grandes beneficios económicos, en conclusión el financiamiento y la capacitación son dos factores que influyen directamente en la rentabilidad y en los resultados de la gestión de las MYPES.

Castillo, M. (2011), en su tesis “Los servicios de desarrollo empresarial (SDE) y sus efectos sobre el desempeño económico-empresarial de las MYPES usuarias en el distrito de Piura-2010”, la cual tiene como objetivo general analizar económicamente y estadísticamente los cambios o efectos del uso de servicios de desarrollo empresarial (SDE) sobre el desempeño económico de un grupo representativo de micro y pequeñas empresas clientes de estos servicios no financieros, y como hipótesis general La utilización de SDE contribuye a mejorar el desempeño económico-empresarial de la mayoría de las empresas que los utilizan, siendo las principales variables determinantes de dicha mejora: el número de SDE utilizados, el tiempo de utilización de los servicios y la utilización del servicio de Capacitación en Gestión Empresarial.

A través de una encuesta se realizó la recolección de datos, los cuales fueron presentados a través de una matriz de correlación, lo cual permitió llegar a las siguientes 6 conclusiones:

- La necesidad de incrementar su rentabilidad es el principal motivo por el cual las empresas analizadas deciden utilizar algún tipo de SDE. Esto debido a que mejorar su rentabilidad les permitirá seguir funcionando en el mercado, pues la mayoría de estas empresas tienen entre uno y tres años de funcionamiento ininterrumpido en el mercado. Esto indicaría la necesidad de las empresas, en especial de las pequeñas y micro empresas, que por lo general tienen poca experiencia en el mercado, de utilizar SDE, y es hacia este tipo de empresas que debe estar enfocada la oferta de Servicios de Desarrollo Empresarial.
- La informalidad, que generalmente identifica a las pequeñas y micro empresas de nuestro país, no es una característica de las empresas analizadas, pues la mayoría de estas presenta niveles altos de formalidad. Ello puede deberse a que con la utilización de SDE, aunque no es una de sus funciones principales, inducen a las empresas

receptoras hacia la formalidad, pues ser formal es uno de los requisitos necesarios pero no indispensables para la recepción de SDE.

- La presencia de trabajadores familiares en las empresas del sector MYPE aún sigue la tendencia que mostraba Valda (2009), según la cual la mayoría de empresas jóvenes, como las del sector MYPE, que recién se insertan al mercado, incluyen a familiares dentro de su organización.
- La presencia de personal poco calificado en las empresas, es mayor en relación al personal calificado, pues la mayoría de ellas cuenta con más de dos empleados poco calificado, mientras que menos de la mitad de empresas cuenta con personal calificado, de las cuales la gran mayoría no posee más de un técnico/profesional. Esta situación, si bien no afecta al desempeño y desarrollo de las empresas, puede inducir el estancamiento del desempeño y desarrollo de las empresas.
- El aumento en los niveles de ventas solo se da en la mitad de las empresas, lo que denotaría que el uso de SDE no beneficia a la mayoría de las empresas que los utilizan, ello podría deberse a lo mencionado por Gracia y Hernández (2002): que la baja contribución de la utilización de SDE al desempeño de una empresa se debe a la inadecuación de estos servicios a las verdaderas necesidades de la empresa. Por lo que es en este tema que se deben tomar medidas para mejorar la prestación de estos servicios.
- Si bien es cierto, la contribución del uso de SDE a la mejora del desempeño económico-empresarial se da en solo la mitad de empresas, la utilización de estos acarrearía altas posibilidades o probabilidades de mejorar dicho desempeño, siendo el servicio de capacitación en Gestión Empresarial el que proporciona mayores posibilidades de mejorar el desempeño económico-empresarial y consecuentemente el desarrollo de las empresas que lo utilicen.

Flores (2014), en su investigación Modelo empresarial clústers en negocios internacionales del sector exportador MYPES de confecciones textiles de Gamarra, Lima 2005-2012, planteó como objetivo general estudiar si el modelo empresarial clústers mejoraría en los negocios internacionales del sector exportador MYPES de confecciones textiles de Gamarra. El tipo de investigación es descriptiva y cuasi experimental, las técnicas de recolección de datos empleadas fueron la entrevista, encuesta, cuestionarios y focus group.

Luego de procesar los datos y analizar los resultados se llegó a las siguientes conclusiones: la gestión comercial es ideal en las MYPES asociadas como factor de competitividad y dinamización industrial influyendo significativamente en los negocios. La competitividad en las pequeñas empresas se fundamenta con la integración de las mismas generando como beneficios reducir costos, acceso al financiamiento, negociación con proveedores y clientes.

Milla (2016) en su tesis La globalización en la gestión de las pequeñas y medianas empresas (pyme) de confecciones en San Juan de Lurigancho, periodo 2011-2012, planteó como objetivo general determinar como la globalización incide en la gestión de las medianas y pequeñas empresas de confecciones de ropa en San Juan de Lurigancho-Lima, periodo 2011-2012. Para la recolección de datos se usó la técnica de la entrevista dirigida a las empresas pequeñas y medianas de confecciones del distrito de San Juan de Lurigancho.

El procesamiento de datos consistió en contabilizar las respuestas de cada empresa entrevistada y luego se sistematizó a través de frecuencias, lo cual permitió llegar a las siguientes conclusiones: la globalización incide positivamente en la gestión de las pequeñas y medianas empresas, la cooperación del estado incide en que las pequeñas empresas sean más competitivas, la tecnología permite mejorar la gestión de procesos y producción.

Sánchez y Montoya (2017), en su tesis titulada Limitaciones que tienen las micro y pequeñas empresas de Lima Norte, para acceder a un crédito en el sistema financiero, se planteó como objetivo general determinar las principales dificultades que tienen las MYPE para acceder a un crédito en el sistema financiero. La investigación es descriptiva y ha empleado el método de la encuesta para la recolección de datos.

Con el procesamiento de los datos y análisis de resultados la investigación arribó a las siguientes conclusiones: la elusión tributaria por parte de las MYPES tiene incidencia en el acceso al crédito, así mismo el mal historial crediticio de las MYPES son causal de rechazo ante la solicitud de crédito. Además en la constitución de las empresas no se contó con una garantía.

1.1.3. Antecedentes Locales.

Kong, Moreno. (2014), en su investigación, titulada “Influencia de las fuentes de financiamiento en el desarrollo de la MYPES en el distrito de San José-Lambayeque en el periodo 2010-2012”, planteó como objetivo central determinar la influencia de las fuentes de financiamiento en el desarrollo de las MYPES del distrito de San José, en el periodo 2010-2012. Mediante la aplicación de una encuesta se realizó la obtención de datos y posteriormente se realizó el análisis de los mismos obteniendo como resultados que una proporción considerable de MYPES han gestionado su financiamiento de manera eficiente lo cual ha conllevado al aumento de la producción y de las ventas, por lo cual se puede decir que el financiamiento es fundamental para el desarrollo de la empresa.

Aquellos negocios pequeños que no han sabido gestionar apropiadamente su financiamiento por lo cual no ha destinado correctamente sus recursos han limitado su desarrollo empresarial en el largo plazo, lo cual es debido a una deficiente gestión empresarial. Ante esta situación hallada se planteó como recomendaciones, promover

actividades de gestión empresarial basados en nuevos programas de financiamiento o refinanciamiento de los ya existentes.

Sabogal (2018), en su tesis *Influencia del financiamiento a las micro y pequeñas empresas en su crecimiento y desarrollo*, planteó como objetivo general análisis del crecimiento y desarrollo empresarial por financiamiento en el departamento de Lambayeque. El método de recolección de datos fue la encuesta, y el análisis de resultados se realizó a través de frecuencias estadísticas.

A través de la interpretación de resultados se llegó a las siguientes conclusiones: se determinó que el financiamiento influye positivamente en el crecimiento y desarrollo de las MYPES considerándose como un factor importante; las fuentes de financiamiento a la que más recurren las MYPES son los bancos; los propietarios de las MYPES en Lambayeque emplean el dinero de préstamos en aumentar su capital de trabajo y adquisición de nuevas maquinarias y tecnologías.; la realización de financiamiento está asociada al crecimiento y desarrollo de la empresa.

Mundaca (2018) en su investigación titulada *Modelo conceptual de desarrollo empresarial para las MYPE de la región Lambayeque: Caso centro de desarrollo empresarial*, tuvo como objetivo general diseñar un modelo conceptual de desarrollo empresarial para las MYPES de la región Lambayeque. La investigación es de tipo aplicada y empleó el método deductivo, para la recolección de datos fue la entrevista semiestructurada.

Luego del procesamiento de datos y el análisis de resultados se llegó a las siguientes conclusiones: la experiencia personal y laboral permiten fortalecer las iniciativas empresariales. La investigación y desarrollo tecnológico son factores que hacen sostenible

en el tiempo los emprendimientos; la informalidad es un factor que afecta el desarrollo organizacional interno y la orientación al mercado.

1.2. Base Teórica

1.2.1. Desarrollo empresarial.

Teorías del desarrollo de las Pymes

Según, Koontz & O'Donnell (2008) “el desarrollo de las empresas, tiene por objeto la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo propiamente dicho, para incrementar el empleo sostenible, su productividad y rentabilidad, su contribución al Producto Bruto Interno, la ampliación del mercado interno y las exportaciones, y su contribución a la recaudación tributaria”.

Asimismo, indica que “el desarrollo empresarial es un proceso y que el mismo se inicia con la planeación que incluye la selección de objetivos, estrategias, políticas, programas y procedimientos. La planeación, es por tanto, toma de decisiones, porque incluye la elección de una entre varias alternativas”.

La organización incluye el establecimiento de una estructura organizacional y funcional, a través de la determinación de las actividades requeridas para alcanzar las metas de la empresa y de cada una de sus partes, el agrupamiento de estas actividades, la asignación de tales grupos de actividades a un jefe, la delegación de autoridad para llevarlas a cabo y la provisión de los medios para la coordinación horizontal y vertical de las relaciones de información y de autoridad dentro de la estructura de la organización. Algunas veces todos estos factores son incluidos en el término estructura organizacional, otras veces de les denomina relaciones de autoridad administrativa.

En cualquier caso, la totalidad de tales actividades y las relaciones de autoridad son lo que constituyen la función de organización. La integración es la provisión de personal a los puestos proporcionados por la estructura organizacional.

Por tanto requiere de la definición de la fuerza de trabajo que será necesaria para alcanzar los objetivos, e incluye el inventariar, evaluar y seleccionar a los candidatos adecuados para tales puestos; el compensar y el entrenar o de otra forma el desarrollar tanto a los candidatos como a las personas que ya ocupan sus puestos en la organización para que alcancen los objetivos y tareas de una forma efectiva.

De igual forma, el desarrollo empresarial articula diferentes elementos con los que el empresario puede llevar a una organización hacia el logro de sus objetivos. Elementos como crecimiento económico, cultura empresarial, liderazgo, gestión del conocimiento e innovación. Es un concepto integrador con el que se puede lograr un impacto positivo en las organizaciones mediante el reconocimiento de las capacidades del capital humano. (Delfín, 2016)

Alcanzar un desarrollo empresarial le permitirá al empresario de una Pyme aprovechar las oportunidades que se le presentan a la empresa en un entorno globalizado. (pág. 187)

Son los principios o elementos con los que el empresario puede manejar una empresa y conducirlo al logro de los objetivos, así también al tener conocimientos de desarrollo empresarial le permitirá al empresario aprovechar las oportunidades que se le presentan a la empresa, como por ejemplo aumentar su tamaño, referido tanto a sus dimensiones como al aumento de la producción, entre otros.

Es importante definir y diferenciar los términos emprendedor y empresario, ya que son palabras que tienen la misma raíz etimológica, pero que sin embargo semánticamente son diferentes, para Furnham (1995) un empresario es un individuo que establece y maneja los negocios con el propósito primordial de obtener ganancias y lograr el crecimiento, mientras que el emprendedor es aquella persona que identifica una oportunidad y lo explota hasta conseguir lo que quiere, es decir tiene iniciativa y decisión para realizar acciones que implica riesgo.

Espíritu emprendedor.- Un emprendedor tiene la agilidad de encontrar oportunidades, para después de analizar los recursos con los que cuenta poner en marcha la idea de proyecto, así también estas personas disponen de unas competencias básicas en lo personal, es decir un conjunto de valores, creencias, actitudes, modos de reacción entendida como fuerza, coraje, dedicación y mucha emoción para sacar adelante sus ideas.

En toda empresa el objetivo básico más conocido es el de maximizar sus ganancias y minimizar los costes, respetando y conservando el medio ambiente, sin embargo no siempre es así, porque en paralelo las empresas también tienen objetivos con fines sociales como por ejemplo, crear puestos directos e indirectos de trabajo.

Existen factores de crecimiento que son los que finalmente ayudan a lograr los objetivos como, por ejemplo:

La estrategia de expansión, que es una forma de desarrollo empresarial que se basa en intensificar el esfuerzo en la actividad actual de la empresa.

Estrategia de diversificación, consiste en ingresar a nuevos mercados, ofertando nuevos productos provenientes de acciones diferentes.

Estrategia de innovación, este factor de crecimiento requiere de estudios e investigación constante con respecto a nuevos productos y procesos productivos.

Estrategia del entorno, finalmente este tipo de estrategia busca el posicionamiento de la empresa, haciéndose conocer públicamente y estableciendo una relación directa con el público objetivo.

La Cultura empresarial

De acuerdo a la Global Entrepreneurship Monitor ha determinado que si un país o una región logra incrementar significativamente el número de empresas y a la vez logra no sólo que muchas de ellas se mantengan sino que bastante de ellas crezcan, esto traerá como efecto colateral que se incremente el número de oportunidades de empleo directo e indirecto como también el bienestar para la comunidad se mejorará. (Amorós, 2011)

Incubadoras de empresas

Las incubadoras tuvieron origen en 1959 en Batavia, New York, Estados Unidos, sin embargo las incubadoras de hoy se inician en la década de 1970 y desde su creación han generado puestos de trabajo, fortaleciendo la transferencia de tecnología e iniciando nuevas empresas, por lo que las Incubadoras de empresa son instrumentos de política de desarrollo empresarial o industrial, promovida por agentes gubernamentales o privados, con espacios acondicionados para transformar ideas o proyecto en empresas.

Su clasificación se puede dar a través de dos formas:

Según la Naturaleza

Físicas: Ofrece espacios físicos para a incubación y el enfoque de los servicios está dirigido a brindar una locación para el emprendimiento y servicios comunes.

Virtuales: Se considera aquella que ofrece servicios a empresas de manera interactiva a través del internet y haciendo un uso intensivo de las TICs.

A distancia: Es un proceso donde incluye fases de gestión y que presta servicios técnicos completos a nuevas empresas.

Según el tipo de empresa alojada

En esta diversidad obedece al análisis de las necesidades y potencialidades de la región e instituciones intervinientes en estas estrategias, el cual puede ser clasificada como:

Incubadora tradicional: La cual apoya el desarrollo de empresas ligadas a sectores de la economía como textil, calzado, etc.

Incubadora de base tecnológica: Son aquellas que incuban empresas cuyos productos, procesos y/o servicios son resultado de la investigación científica.

Incubadora Mixta: Brinda apoyo a las empresa tradicionales como a las de base tecnológica.

Incubadora Cultural: Apoya emprendimientos del área de cultura, escultura, cine, etc.

Incubadora social: Apoyan a emprendimientos surgidos de proyectos sociales.

Incubadora Agro negocios: Apoya emprendimientos agropecuarios, con el objetivo de estimular el emprendedorismo y la innovación tecnológica.

Para la teoría del desarrollo empresarial las funciones de las empresas son básicamente las siguientes:

- a) **Crear valor:** transforman los recursos o también llamados materias primas (inputs) en productos finales (outputs) pues en este proceso se añade valor agregado.
- b) **Función social:** las empresas deben contribuir al desarrollo de la sociedad a través de la generación de empleo sin dejar de lado los productos que ofertan al consumidor para que satisfaga sus necesidades y logre mejorar su calidad de vida y con ello el bienestar general.
- c) **Asunción de riesgos:** según el tipo de empresa, el rubro al cual se dedique y el tipo de bien o servicio que brinde, existen ciertos riesgos que la misma debe asumir para poder cubrir las necesidades de la población.

- d) Coordinación y dirección de las actividades productivas: mediante la gestión empresarial se coordina y organiza los procesos de producción para lograr eficiencia y condiciones óptimas. (Montilla y Montero, 2011)

El desarrollo empresarial puede verse como un proceso, que tiene un inicio y un fin, el cual va desde la concepción de la idea de negocio hasta la implementación y el mismo desarrollo, está compuesto por etapas y cada una de ellas tiene sus propias características, donde prima la innovación como método para mantenerse a la vanguardia del mercado. A continuación, se caracterizará cada una de las etapas.

- a. Etapa 0: Emprendedor potencial: el empresario se encuentra involucrado previamente con el sector de su producto o servicio, se encuentra en proceso de construcción de su producto. En esta etapa se define el objetivo del negocio (Posicionamiento), se asignan recursos al proceso de diseño. En relación al planeamiento estratégico aun es incipiente.
- b. Etapa 1: Emprendedor naciente: el empresario en esta etapa tiene un conocimiento técnico más que funcional referente al negocio, realiza registro y controles informales a nivel básico (ingresos y gastos). El empresario es considerado emprendedor multimedia, realiza búsqueda de primeros clientes y de colaboradores. La empresa está preparada asumir pérdidas en el tiempo y se desarrolla planes de acción o planes de negocios.
- c. Etapa 2: Nuevo empresario: en esta etapa el empresario distingue el presupuesto empresarial del presupuesto personal, crea un nombre para comercializar, la empresa cuenta con clientela estable y desarrolla carteras de clientes. La empresa emplea y aprovecha las tecnologías de información, se aprecia un incremento de la rentabilidad, brinda más servicios, menor costo de operación. El empresario establece relación con

los proveedores, realiza rotación de inventario. El empresario inicia a realizar estrategias de mercado y percibe ingresos estables

- d. Etapa 3: Empresario establecido: El empresario delega funciones, registra su marca, establece sus alianzas, realiza inversión en capacitación para sus empleados, crédito a mediano plazo, el empresario es formal, optimiza el uso de recursos y se involucra con actividades de responsabilidad social.
- e. Etapa 4: Empresario maduro: el empresario documenta procesos claves, diversifica su oferta de productos o servicios, realiza capacitaciones, existe gestión de conocimiento y comunicación. Los procesos son estandarizado, guiados por las normas ISO, y aplican metodología de medición de mejora de la productividad. (Zevallos, 2012)

1.2.2. Gestión empresarial

La gestión empresarial está estrechamente vinculada a la planificación en busca de alcanzar los objetivos establecidos por la empresa, los cuales mayormente son seis: objetivos corporativos, de marketing, de producción, financieros, de compra y de personal. (Rubio, 2008)

Dentro de la gestión empresarial abarca a la administración financiera, la cual algunos autores la han definido como una etapa de la administración general y sostienen que tiene como principal objetivo la maximización del patrimonio de la empresa en un horizonte de largo plazo. La obtención de recursos financieros por aportaciones de capital o por la obtención de créditos permite el desarrollo de la empresa, esto es con el acompañamiento de un manejo eficiente que permita la obtención de excelentes resultados. Es necesario que la gerencia tenga la capacidad de tomar decisiones para maximizar beneficios.

La administración financiera es una rama de la administración que facilita la optimización en el empleo de los recursos financieros de la empresa con el objetivo de

alcanzar los objetivos de la empresa con mayor eficiencia y rentabilidad, y para ellos es necesario que se respondan las siguientes preguntas: ¿se tienen los recursos monetarios necesarios para realizar las operaciones normales sin ningún problema?, ¿en dónde se debe invertir para generar más recursos monetarios?, ¿si no existen los recursos monetarios necesarios, resultará adecuado conseguir dinero prestado o financiero?, ¿está generando los rendimientos esperados el dinero de la empresa u organización?

La administración financiera se asocia a los siguientes objetivos:

- a) *Obtención de los fondos para el desarrollo de la empresa e inversión.* Se da cuando las empresas no pueden desarrollar con eficiencia sus operaciones, entonces se debe buscar financiamiento siempre y cuando tengamos los medios para cumplir con la obligación adquirida.
- b) *Inversión en activos reales.* La empresa debe contar con la maquinaria y equipo necesario, por lo cual se debe realizar inversión en activos, esto es para que realice sus operaciones de manera apropiada.
- c) *Inversión en activos financieros.* Inversión en cuentas y documentos por cobrar.
- d) *Inversiones temporales de aquellos excedentes que se obtengan de efectivo.* Las empresas deben lograr excedentes para poder realizar inversiones en distintas instituciones financieras.
- e) *Administración del capital de trabajo.* El capital de trabajo es fundamental en la empresa, y su adecuada administración permite contar con recursos monetarios con el corto plazo y de esta manera poder cumplir con las obligaciones menores de un año.
- f) *Presentación e interpretación financiera.* La información financiera facilita la toma de decisiones. (Robles, 2012)

1.2.3. Cultura empresarial

La cultura empresarial es un conjunto de valores, supuestos, expectativas y definiciones que caracterizan a la organización y a sus miembros” La cultura empresarial nos dice cómo se realizan las cosas en cada organización, pues representan las ideologías que prevalecen en la cabeza de las personas que la integran. Al definir claramente la cultura en una organización se provee a todos los miembros de un sentido de identidad, así como de guías de acción no escritas ni dichas, además de consolidar el sistema social que se aprecia.

En la cultura organizacional se reflejan diferentes características acerca de las empresas: el estilo de administración, el liderazgo, los planes estratégicos, sistemas de recompensa, el clima organizacional, los valores básicos, entre otros muchos aspectos. (Cameron y Quinn, 2011)

1.2.4. Acceso al crédito

La palabra crédito proviene de un vocablo latino, *creditum*, cuyo significado es confianza. En el siglo XVI la palabra fue aceptada en el lenguaje como sinónimo de confianza, en el rubro de los negocios el crédito es la confianza que se da a cambio de dinero, bienes o servicios. De acuerdo a la función que cumple el crédito también puede ser definido, si lo tratamos como un medio de pago puede ser llamado dinero futuro, pues presenta el elemento tiempo en las transacciones comerciales. (Ettinger y Golieb, 2000)

El crédito es la promesa de pago de una obligación, es también considerado un instrumento financiero por el cual una persona adquiere una promesa de pago documentada. Las características importantes del crédito son dos, la primera es que considera la variable tiempo, pues el dinero tiene distinto valor a lo largo del tiempo, y como segunda característica es la consideración de la variable riesgo.

En el crecimiento económico juega un rol importante el desarrollo empresarial, y el crecimiento de las empresas están estrechamente ligadas al crédito para poder realizar sus operaciones, en otras palabras es necesario financiamiento para poder producir.

El acceso al crédito para los micro y pequeños empresarios siempre ha sido engorroso, sobre todo en la fase inicial de su desarrollo, debido que las empresas financieras ponen una serie de requisitos los cuales son trabas para los empresarios. Las empresas financieras ponen un sinnúmero de requisitos debido al problema de la asimetría de la información entre ellas y las micro y pequeñas empresas, la opacidad de la información y la escasa información financiera de los empresarios de esta categoría limitan la oferta de recursos prestados debido que son considerados de muy alto riesgo, por lo cual se encarece el costo del pago de interés haciendo poco flexibles los criterios de evaluación de los créditos para ser otorgados. (Garay, 2016)

1.2.5. Gestión del Recurso Humano

Es la disciplina que posibilita las visiones y misiones organizacionales. Las empresas desarrollan objetivos previstos para el crecimiento, competitividad, productividad entre otros. Para el logro de sus objetivos para lo cual será necesario contar con una estructura organizativa, y con el desempeño del talento humanos para el mejoramiento de las empresas. Por ello tendrán que efectuarse cambios para el logro de objetivos individuales y corporativos: como es de un satisfactorio salario, capacitaciones al talento humano, mejoramiento de calidad de vida. etc.; por ello es importante que las empresas cuenten con la gestión de recursos humanos para que se efectúen procedimientos de selección a las personas competentes que la empresa requiere para satisfacer las expectativas que las personas desean al ingresar a las organizaciones. (Chávez, 2016)

El mismo autor, refiere que, la gestión de recursos humanos aplicará métodos de reclutamiento y selección, orientación, recompensación, y dará monitoreo de funciones a las personas, formando una base de datos confiable para la toma de decisiones, capacitándolos para que se sienta comprometidos con la empresa logrando la productividad, calidad y cumplimiento de los objetivos organizativos. Por lo que las empresas necesitan aprender a:

- Desprenderse del temor que produce lo desconocido.
- Romper paradigmas y empezar por el cambio interiormente.
- Innovar constantemente.
- Comprender la realidad y enfrentar el futuro.
- Entender el negocio, la misión, la visión de la empresa. (Chávez, 2016)

Objetivos de la gestión de recursos humanos:

- 1) Crear, mantener y ejecutar métodos, habilidades y capacitación que promueva el cumplimiento de los objetivos de la organización.
- 2) crear, mantener y desarrollar políticas empresariales que garanticen la ejecución de las funciones de los colaboradores logrando la satisfacción plena de área de recursos humanos y así mismo para alcanzar los objetivos empresariales e individuales.
- 3) La finalidad del área de recursos humanos es de alcanzar eficiencia y eficacia en los trabajos ejecutados. (Chiavenato, 1999)

1.2.6. Marketing

Kotler y Armstrong (2013) definen el Marketing como “un proceso tanto administrativo como social, donde el público objetivo obtiene lo que requiere y anhela a través de la producción y el canje de productos y/o servicios y de valor con otros” (p.34).

Dimensiones del marketing

Producto

El producto “es un elemento fundamental de la oferta de mercado general. La planeación de la mezcla de marketing inicia con la formulación de una oferta que entregue valor a los clientes meta” (Kotler y Armstrong, 2012. p.222). La oferta del mercado general según el autor se convierte en la base sobre la cual la empresa construye relaciones deseados con los potenciales clientes.

Precio

Antes de fijar los montos de nuestros bienes o servicios debemos asimilar ciertos aspectos como el usuario, mercado, precios, competitividad, etc. En última petición es el usuario quien anunciará si tenemos fijado correctamente el costo, punto que contrastará el precio recibido del servicio adquirido.

La variable del precio nos favorece a posicionar nuestro producto o servicio en el mercado, es por ello que, si vendemos un servicio de calidad al consumidor, nos ayudará a reforzar su imagen y establecer un valor alto.

Plaza

Se define como el lugar virtual o real donde se ofrece productos o servicios, así mismo es el conjunto de organizaciones interdependientes que participan en el proceso de hacer que un producto o servicio esté a disposición del consumidor o usuario de negocios”. (Kotler y Armstrong, 2012. p.341)

Promoción:

Se desarrolla actividades con la finalidad de dar a reconocer los productos o servicios que se desarrollan dentro de una organización, así mismo es la mezcla específica de las herramientas promocionales que la compañía utiliza para comunicar de manera persuasiva valor a los clientes y establecer relaciones con ellos”. (Kotler y Armstrong, 2012. p. 408)

1.2.7. Informalidad

La informalidad es considerada un fenómeno comprendido en las actividades económicas autogeneradas por la población mayormente en zonas urbanas y por ciudadanos migrantes de las zonas rurales. El sector comercio es uno de los sectores con mayor presencia de informalidad.

Según el diccionario de la Real Academia Española el término informal significa que no guarda las formas y reglas preventivas, es decir, es el conjunto de empresas, trabajadores, que operan al margen de las leyes que rigen la actividad económica, sin embargo, suele ser contraproducente pues si bien es cierto estar en la informalidad supone estar al margen de las cargas tributarias y normas legales, esto también implica no contar con la proyección y los servicios que el estado puede ofrecer.

Según De Soto en su obra *El Otro Sendero*, la informalidad tendría su origen en la exagerada intervención del Estado en la economía del país, surge como respuesta a la ineficiencia de la economía mercantilista implantada históricamente en el país, generando costos de transacción elevados y por ende la legalización y formalización es inaccesible para la población pobre del país con ideas de negocio.

El Estado al subsidiar y tratar de proteger impone impuestos selectivos y controla de manera selectiva la actividad económica en el país, haciendo mayor la burocracia en los tramites de licencias, registros, certificados entre otros documentos que son necesarios para estar en condición de formalidad. De Soto brinda soluciones ante los problemas de informalidad por la cual atraviesa el país, los cuales se encuentran influenciadas por la corriente del pensamiento económico neoliberal. (Morán, 2003)

1.2.8. MYPE

Según la Ley N° 28015 de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, en su artículo 2, define a la micro y pequeña empresa como:

Una unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Cuando esta Ley se hace mención a la sigla MYPE, se está refiriendo a las Micro y Pequeñas Empresas, las cuales no obstante tener tamaños y características propias, tienen igual tratamiento en la presente Ley, con excepción al régimen laboral que es de aplicación para las Microempresas.

Según esta misma ley N° 28015, la MYPE tienen características que permite diferenciar entre una pequeña o microempresa y a continuación se describe:

- a) Según el número de trabajadores: la microempresa abarca entre 1 a 10 trabajadores y la pequeña empresa de 1 a 50 trabajadores.
- b) Los niveles de venta anuales: la microempresa tiene un nivel de ventas de un monto máximo de 150 unidades impositivas tributarias, y la pequeña empresa a partir de 150 a 850 unidades impositivas tributarias.

La planeación estratégica es fundamental en toda empresa, pues es un proceso integrador el cual está a cargo de la gerencia con el fin de dirigir y controlar a la empresa en el largo plazo para poder cumplir los objetivos planteados. La planeación estratégica busca el cambio, teniendo en cuenta tres aspectos: la estrategia, estructura y cultura.

El planeamiento estratégico es un modelo de gestión dinámica y sistemática que permite alcanzar el desarrollo sostenible de las empresas, y que como todo modelo tiene componentes los cuales pasamos a detallar:

-*Un subsistema de investigación con módulos de estudios y planeamiento.* El cual debe estar enfocado al análisis interno y externo para dar un diagnóstico en términos de resultados para definir la situación de la organización, se deberá definir la visión, misión, valores, objetivos, estrategias y formulación del plan estratégico, esto último sería la finalidad de este componente.

-*Un subsistema de coordinación con sus módulos de ejecución y control.* La ejecución consiste en la puesta en marcha del plan estratégico y de los planes operativos. El módulo de control tiene como finalidad verificar y medir los logros de la gestión a través del seguimiento y evaluación de resultados. (Perea, 2008)

La planeación como proceso sistematizado permite prever eventos que pongan en riesgo el buen funcionamiento de la empresa ya sean ocasionados por factores externos e internos y de esta manera poder tomar decisiones ante estos eventos, formular estrategias y acciones que puedan llevar hacia el cumplimiento de objetivos. La importancia de la implementación de las ideas en planes y programas es asegurar el desarrollo presente y futuro de la empresa e identificar y solucionar estratégicamente problemas. (Mendoza y Robles, 2000)

1.3. Definiciones Conceptuales

1.3.1. El desarrollo empresarial.

Es un proceso por medio del cual el empresario y su personal adquieren o fortalecen habilidades y destrezas, por el cual favorecen el manejo eficiente y fuerte de los recursos de su empresa, la innovación de productos y procesos, de tal manera, que coadyuve al crecimiento sostenible de la empresa. Para una mejor finanza y recurso en la empresa. (Delfín y Acosta, 2016)

1.3.2. Gestión empresarial.

Según Restrepo (2013) los conceptos de administración, gerencia y gestión son sinónimos. Para el profesor de la Universidad Pontificia Bolivariana, Augusto Uribe, la gestión empresarial es “el manejo estratégico de la organización”, el gerente para lograr alcanzar los objetivos de la empresa tiene dos variables que son la política y la tecnología.

1.3.3. Sistema financiero.

El sistema financiero es el conjunto de instituciones encargadas de la circulación del flujo de dinero y tiene por finalidad canalizar los recursos monetarios de los agentes superavitarios a los agentes deficitarios. (Rodríguez, 2012)

1.3.4. Carta fianza.

La carta fianza “es una forma indirecta de crédito, que consiste en un contrato de garantía de cumplimiento de pago de una obligación ajena, suscrito entre un banco o entidad financiera y un deudor”, el documento es emitido por el prestamista a favor de un tercero o acreedor garantizando las obligaciones del deudor con un monto y plazo determinado. (Alvarado y Galarza, 2002)

1.3.5. Comercio Textil.

El sector textil-confección se pueden diferenciar tres ámbitos de estudio: el propio sector textil, el proceso de confección y la etapa de distribución comercial, que culmina en la compra de las prendas por parte de los consumidores finales. (De Juan, 2006)

1.4. Operacionalización de Variables

VARIABLES	DEFINICIÓN DE VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES	INSTRUMENTO
V. DEPENDIENTE DESARROLLO EMPRESARIAL	Es un proceso por medio del cual el empresario y su personal adquieren o fortalecen habilidades y destrezas, por el cual favorecen el manejo eficiente y fuerte de los recursos de su empresa, la innovación de productos y procesos de tal manera que coadyuve al crecimiento sostenible de la empresa.	Nivel de ventas	Promedio de ventas	Técnica de la entrevista.
		Rentabilidad	Inversiones	Instrumento el cuestionario.
V. INDEPENDIENTE FACTORES QUE DETERMINAN EL DESARROLLO EMPRESARIAL.	Factores como: acceso al crédito, formalización, recursos humanos, marketing son aquellos que influyen en el desarrollo empresarial de una organización para el cumplimiento de sus objetivos estratégicos.	Acceso al crédito	<ul style="list-style-type: none"> • Créditos adquiridos. • Plazo del crédito. • Requisito del crédito. • Tasa de préstamo. 	Técnica de la entrevista
		Formalización	<ul style="list-style-type: none"> • RUC. • Costo de formalización. • Percepción de la formalización. 	Instrumento el cuestionario
		Recursos humanos	<ul style="list-style-type: none"> • Números de trabajadores. • Capacitación del personal. • Rotación del personal. 	
		Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Promociones de ofertas. • Técnica del Merchandising. • Ventas mensuales. 	

1.5. Hipótesis

1.5.1. Hipótesis general.

Existen factores, como la accesibilidad al crédito, la formalidad, la gestión adecuada del Recurso Humano y el marketing que, determinan el desarrollo empresarial de las MYPES del sector comercio textil en el distrito de Chiclayo – Lambayeque – Perú.

1.5.2. Hipótesis específicas.

H1: La accesibilidad al crédito influye positivamente en el desarrollo de las MYPES del sector comercio textil.

H2: Los Recursos Humanos y el marketing, como componentes de la gestión empresarial, influyen positivamente en el desarrollo de la MYPE del sector comercio textil.

H3: La formalidad es el principal factor que favorece el desarrollo de las MYPES del sector comercio textil.

CAPÍTULO II

Capítulo II. Métodos y Materiales

2.1. Tipo de Investigación

El tipo de investigación corresponde al descriptivo; debido a que se está explicando una realidad que se está dando en las MYPES en el sector comercio textil en el distrito de Chiclayo.

Según Hernández (2010) es No Experimental porque se observan fenómenos tal y como se dan en un contexto natural, para después analizarlos; no se construye ninguna situación sino que se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente por el investigador. Es Transeccional Descriptivo, porque este diseño de estudio recolecta datos de un solo momento y en un tiempo único, su propósito es describir variables y analizar su coincidencia e interrelación en un momento dado, el procedimiento consiste en medir una o más variables y proporcionar su descripción.

2.2. Método de Investigación

Entre los métodos y procedimientos utilizados tenemos los siguientes:

Método Histórico:

Como método histórico de investigación, mediante el cual se estudió la problemática por la que atraviesa el desarrollo empresarial de las MYPES en el sector comercio textil en el distrito de Chiclayo – Lambayeque.

Método Sistémico:

Se utilizó el método sistémico de la investigación, con el propósito de modelar el objeto, mediante el estudio de sus partes y componentes, así como de las relaciones entre ellos. Se investigó por un lado la estructura y por el otro su desarrollo. La estructura de los objetos o fenómenos que se investigan expresan la conexión y relación recíproca entre sus partes y componentes.

Método Inductivo – Deductivo:

Este método ayudó a seguir una secuencia lógica en el análisis del problema, ya que se partió de hechos observables para luego llegar a conclusiones.

El método Analítico- Sintético: Se aplicó a lo largo de todo el proceso del trabajo de investigación. Permitió analizar la realidad problemática, identificando las causas que lo propiciaron. (Hernández, Fernández y Baptista 2010)

2.3. Diseño de Contrastación

El diseño de contrastación de hipótesis sigue un diseño lógico de contrastación, la hipótesis se plantea en forma de proposición hipotética. La prueba de hipótesis es empírica, parte de la observación de la realidad de las variables en análisis. (Navarro, 2013).

El diseño de investigación de la presente tesis está basada en el método mixto llamado Diseño Explicativo Secuencial (DEXPLIS), el cual se caracteriza por una etapa inicial donde se recaban y analizan datos cuantitativos, y una segunda etapa donde se recolectan datos cualitativos. La mezcla mixta se da cuando los resultados cuantitativos iniciales informan a la recolección de los datos cualitativos, en otras palabras la segunda fase se realiza en base a los resultados de la inicial. Los resultados de ambas etapas se integran en la interpretación y elaboración del informe final del estudio. La prioridad otorgada tanto a los datos cuantitativos o cualitativos esta en potestad del investigador, puede darse el mismo peso a ambos, aunque lo más común es otorgar el mayor peso a los datos cuantitativos. (Hernández, Fernández y Baptista 2010)

2.4. Población, Muestra y Muestreo

2.4.1. Población.

La población de la presente Investigación está conformada por las MYPES del sector comercio textil en el distrito de Chiclayo, las cuales ascienden aproximadamente a 90 empresas, sin embargo previo proceso de concientización de los comerciantes de comercio textil referente al presente trabajo de investigación sólo accedieron a participar un total de 50 empresarios MYPE ubicados en la plataforma del Mercado Modelo de la ciudad de Chiclayo y en las principales calles del centro de Chiclayo (Elías Aguirre, Alfredo Lapoint, etc)

2.4.2. Muestra.

La muestra está conformada por un total de 50 MYPES del sector comercio textil en el distrito de Chiclayo, siendo este monto considerado pertinente por el investigador. De las 90 MYPES empadronadas, solo 50 accedieron a ser parte de la presente investigación porque la mayoría manifestaba desconfianza de proporcionar información y que sea usada para fines tributarios.

Tabla N° 1

Relación de microempresas textiles de la plataforma de Manuel Pardo del mercado modelo y calles del distrito de Chiclayo – Lambayeque.

N.º	RAZÓN SOCIAL	DIRECCIÓN
01.	TEXTILES Y DECORACIONES “DÁVILA”	Plataforma Mercado Modelo
02.	TEXTILES “JOSÉ LUIS” JR. EIRL.	Plataforma Mercado Modelo
03.	MARY TEX. S.A. “POLYSTEEL”	Plataforma Mercado Modelo
04.	TEXTILES “C Y M”	Plataforma Mercado Modelo
05.	TEXTILES “REGALON”	Plataforma Mercado Modelo
06.	COMERCIAL “LUR MIL”	Plataforma Mercado Modelo

07.	TEXTILES "RICKATEX"	Plataforma Mercado Modelo
08.	TEXTILES "BECERRA"	Plataforma Mercado Modelo
09.	TEXTILES "EMILIO"	Plataforma Mercado Modelo
10.	TEXTILES "SANTIAGO"	Plataforma Mercado Modelo
11.	TEXTILES "LUCEKTEX" EIRL.	Plataforma Mercado Modelo
12.	TEXTILES " JESÚS MIVSAVADOR"	Plataforma Mercado Modelo
13.	TEXTILES "FIORELLA"	Plataforma Mercado Modelo
14.	TEXTILES "MARIA FERNANDA"	Plataforma Mercado Modelo
15.	TEXTILES JULITO MONTALVO"	Plataforma Mercado Modelo
16.	PERSONA NATURAL "GILBERTO ROJAS"	Plataforma Mercado Modelo
17.	COMERCIAL "JAMATEX"	Plataforma Mercado Modelo
18.	INVERSIONES TEXTILES	Plataforma Mercado Modelo
19.	TEXTILES "EL REY"	Plataforma Mercado Modelo
20.	PERSONAL NATURAL "BAZAR MOLY--	Plataforma Mercado Modelo
21.	TEXTILES COMERCIAL "RIO TEX"	Plataforma Mercado Modelo
22.	NEGOCIOS "MI ALEXANDER"	Plataforma Mercado Modelo
23.	TEXTILES Y DECORACION" HERNAN ALBERTO	Plataforma Mercado Modelo
24.	TEXTILES "BORYS"	Plataforma Mercado Modelo
25.	TEXTILES "AVE FENIX"	Plataforma Mercado Modelo
26.	TEXTILES "CALEB"	Plataforma Mercado Modelo
27.	TEXTILES AGUINAGA	Plataforma Mercado Modelo
28.	TEXTIL "ALITA"	Plataforma Mercado Modelo
29.	TEXTILES "RICKATEX" S.A.	Plataforma Mercado Modelo
30.	CORTINAS "TEXTIL"	Plataforma Mercado Modelo
31.	ALEJANDRA "TEXTILES"	Plataforma Mercado Modelo
32.	TEXTILES "SAN TITEX"	Plataforma Mercado Modelo
33.	TEXTILES "HOYOS"	Plataforma Mercado Modelo
34.	COMERCIAL TEXTIL LINO	Plataforma Mercado Modelo
35.	COMERCIAL "PATY"	Plataforma Mercado Modelo
36.	TEXTILES "KATERINE"	Plataforma Mercado Modelo
37.	TEXTILES "ANDREA AMELIA CORONEL"	Plataforma Mercado Modelo
38.	TEXTILES " "PARA TI"	Plataforma Mercado Modelo
39.	NEGOCIOS TEXTILES "EL GALLITO"	Interior Mercado Modelo
40.	TEXTILES "POLYSTEL"	Interior Mercado Modelo
41.	PERSONA NATURAL "SEGUNDO MANAYAY"	Interior Mercado Modelo
42.	TEXTILES "JB"	Interior Mercado Modelo
43.	COMERCIAL TEXTIL "ANDREA"	Interior Mercado Modelo

44.	TEXTILES BIL ALANTEX S.A. "LA PANCHITA"	Interior Mercado Modelo
45.	REPRESENTACIONES "ALBRAY" EIRL.	Mercado Modelo Tda. 23 Sector Los Portales.
46.	IMPORTACIONES TEXTILES "SANTA ROSA"	Mercado Modelo Tda. 24 Sector Los Portales.
47.	IMPORTACIONES "NEW YORK" SRL.	Calle Elías Aguirre N° 318
48.	BAZAR TEXTIL "ADEI"	Calle Alfredo Lapoint N° 963
49.	BAZAR "EL INDIO"	Calle Alfredo Lapoint N° 971
50.	DISTRIBUIDORA TEXTIL "ARLUSA" SRL.	AV. Balta 1540

2.4.3. Muestreo.

El muestreo es no probabilístico, la cual es una técnica de muestreo donde las muestras se recogen en un proceso que no brinda a todos los individuos de la población iguales oportunidades de ser seleccionado, y por ello el investigador asume de acuerdo a su criterio el número de muestra, debido que todos los individuos de la población total tienen las mismas características necesarias para la investigación. (Hernández, et al.)

2.5. Técnicas, Instrumentos, Equipos y Materiales de Recolección de Datos

2.5.1. Técnicas de recolección de datos:

Para la presente investigación se utilizaron las siguientes técnicas e instrumentos de recolección de datos:

Técnica de gabinete

La técnica de gabinete permitió la recopilación de los datos teóricos que sirvieron de marco teórico a la investigación; se realizó a través de transcripciones, resúmenes o comentarios de la referencia bibliográfica consultada, por medio de los siguientes instrumentos:

Fichas de resumen: cuya finalidad fue organizar en forma concisa los conceptos más importantes que aparecen en las páginas. Usamos esta ficha para sintetizar los

contenidos teóricos de las fuentes primarias que sirven como contexto cultural de nuestra investigación (Marco Teórico).

Fichas textuales: Se usaron para consignar aspectos puntuales de la investigación como marco conceptual, principios de la investigación, etc.

Fichas de registro: Se anotaron los datos generales de los textos consultados. Se usaron para consignar la bibliografía.

Técnica de campo:

Las técnicas de campo que se utilizaron en la presente investigación son:

La entrevista: se empleó con el objetivo de conocer a profundidad los criterios y las valoraciones de comerciantes MYPES textiles.

La encuesta: se aplicó con la finalidad de indagar acerca de las opiniones y los criterios de comerciantes MYPES textiles.

La observación: se utilizó la técnica de la observación directa consistente en la recolección de información sobre los comerciantes MYPES.

2.5.2. Instrumentos:

El instrumento que se empleó en la presente investigación es el cuestionario de factores que determinan el desarrollo empresarial de las MYPES en el sector comercio textil en el distrito de Chiclayo-Lambayeque-Perú, el cual ha sido elaborado en función de las variables, dimensiones e indicadores e ítems que permitirá recoger información para su posterior procesamiento y análisis. En el cuestionario se consignaron 25 ítems con preguntas abiertas y cerradas, dirigidas a los comerciantes MYPES del sector textil del distrito de Chiclayo.

El instrumento fue validado por 4 expertos en la materia objeto de estudio.

2.5.3. Materiales de recolección de datos:

Fuentes primarias

Las fuentes primarias están comprendidas por los cuestionarios de las encuestas dirigidas a los comerciantes MYPE del distrito de Chiclayo, con esta técnica de recolección de datos se trata de establecer un contacto directo con las unidades de observación.

Fuentes secundarias

Las fuentes secundarias de la presente investigación son la revisión de literatura con respecto al tema, el empleo de datos estadísticos existentes en el Instituto Nacional de Estadística e Informática y la Municipalidad Provincial de Chiclayo.

Equipos y materiales

Equipos:

Cámara fotográfica

Laptop

Celular

Materiales:

Útiles de oficina

CDs

Memoria USB

Anillados

Empastados

2.5.4. Validación y confiabilidad de los instrumentos

Validación de los instrumentos

La validación de un instrumento, en términos generales, se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir (Hernández Fernández y Baptista, 2010)

Para determinar la validez del instrumento, se sometió a consideraciones en preguntar a personas expertas acerca de la pertinencia, relevancia, claridad y suficiencia de cada uno de los ítems, en el caso del instrumento.

Validez del instrumento según expertos

Los expertos, después de haber revisado el instrumento de resolución de datos, se procedió a validarlo teniendo su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable de estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

Grado y Nombre del Experto	INSTRUMENTO			Condición Final
	Forma	Estructura	Profundidad	
Mg. Cesar Augusto Horma Mego	Si	Si	Si	Aplicable
M. Sc. Abdel Javier Flores Olivos	Si	Si	Si	Aplicable
Mg. Boris Omar Serrepe Zapata	Si	Si	Si	Aplicable
Dr. Marino Bravo Chapoñam	Si	Si	Si	Aplicable

Fuente: Ficha de informe de validación del instrumento, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo (2019)

2.6. Procesamiento y Análisis de Datos

- **Programa Excel.** - En donde se prepara la información, se codifica y se almacena los datos para facilitar su análisis posterior.
- **Programa SPSS versión 22.-** Es donde a partir de la información codificada y/o obtenida se procesa en el programa estadístico, lo que nos permitirá analizar a través de pruebas estadísticas y dar a conocer los resultados de nuestra investigación.

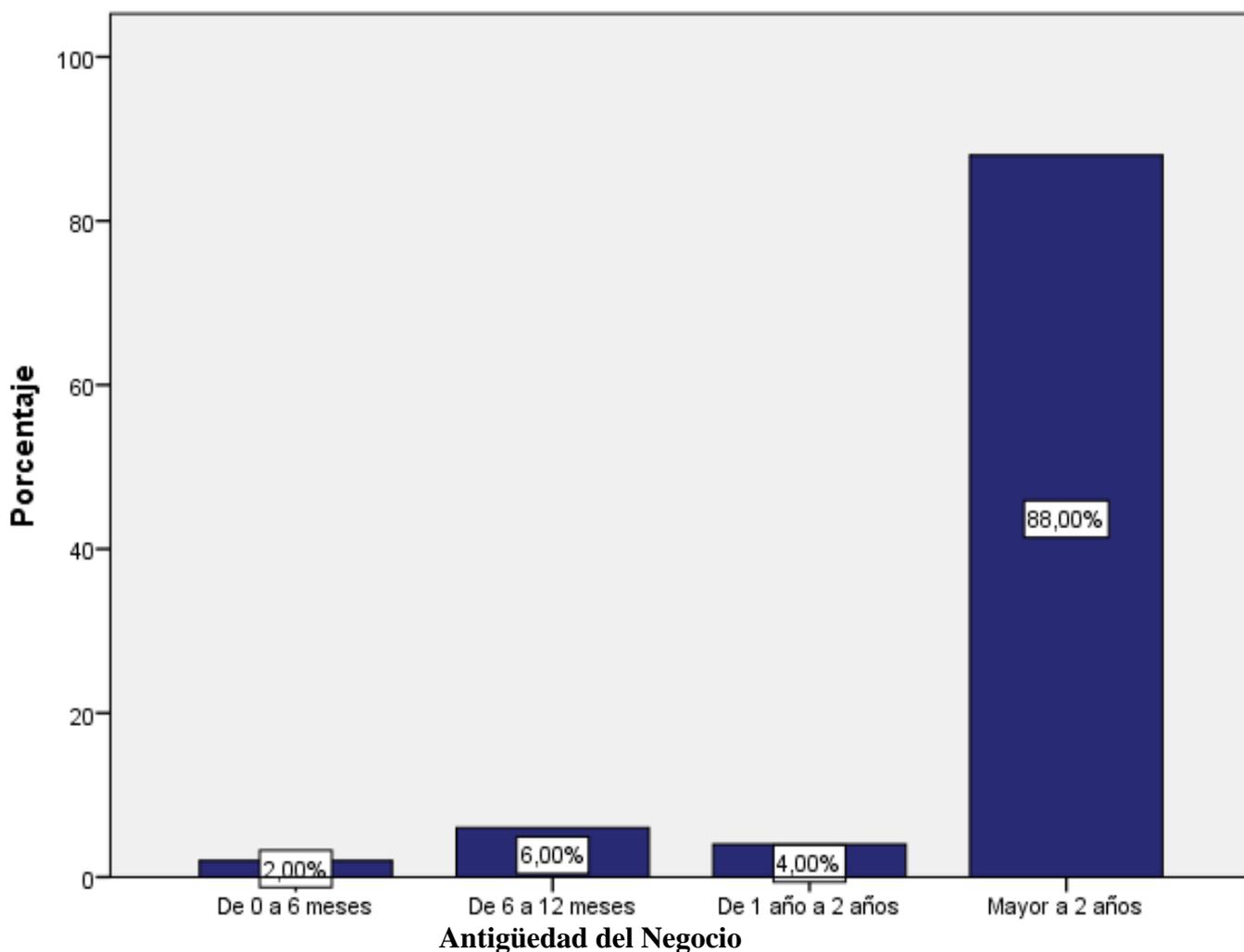
CAPÍTULO III

Capítulo III. Resultados

En este capítulo se presentan los resultados, producto de las encuestas realizadas a los micro y pequeños empresarios del comercio textil en el distrito de Chiclayo.

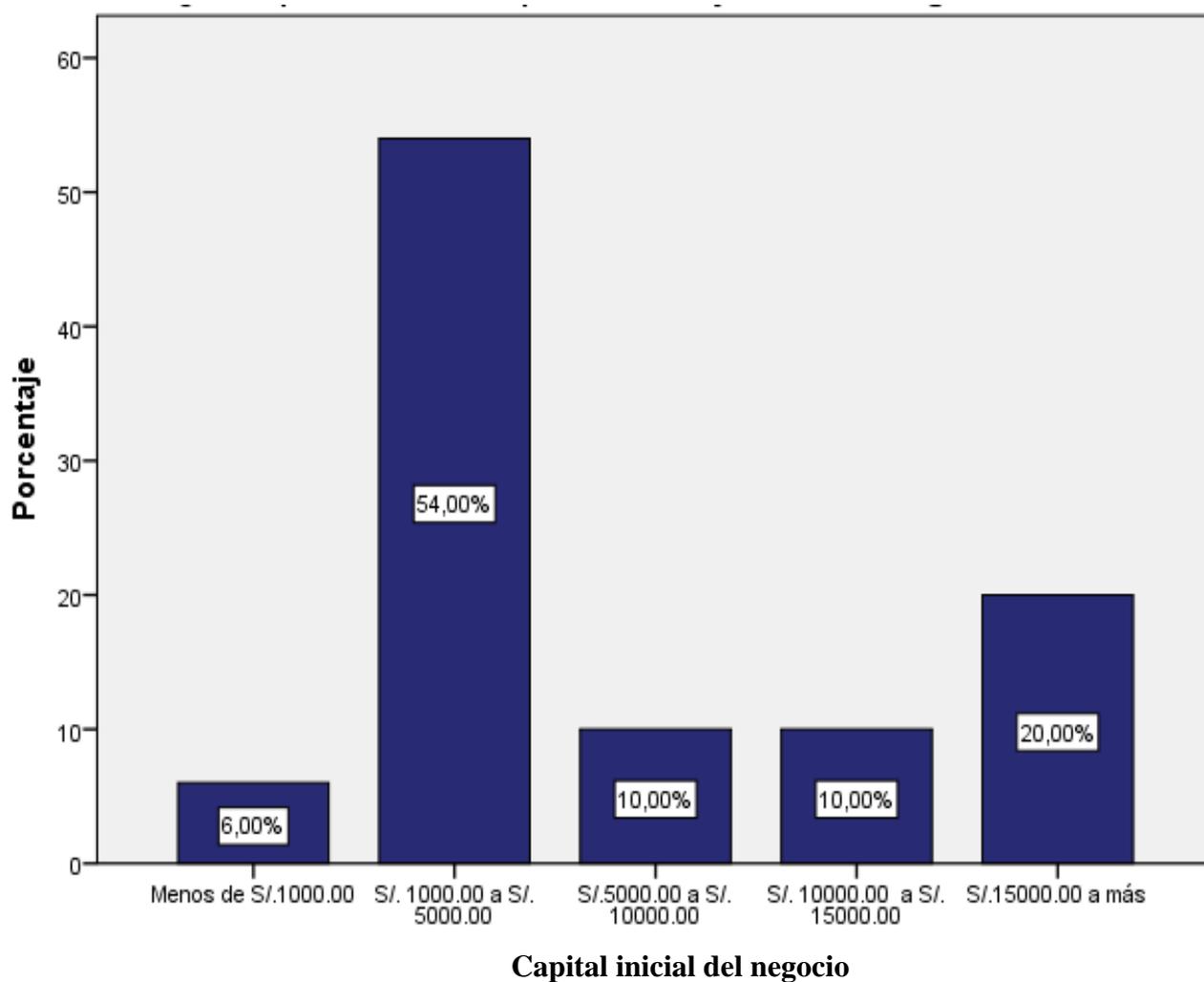
3.1. Generalidades de las MYPE en análisis

- Su giro de negocio es la compra y venta de telas al detalle.
- Se encuentran ubicados en la plataforma e interior del mercado modelo y calles aledañas del distrito de Chiclayo – Lambayeque.
- Son administrados por sus propios dueños y/o familiares.
- Mantienen una estructura organizacional sencilla.
- Con su creación generan fuentes de trabajo.
- Son independientes y cumplen un papel fundamental en la economía de la Región o País.
- Mantienen control administrativo por la Municipalidad Provincial de Chiclayo.

RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS – FIGURAS**FIGURA 01. Antigüedad del negocio**

FUENTE: Encuesta

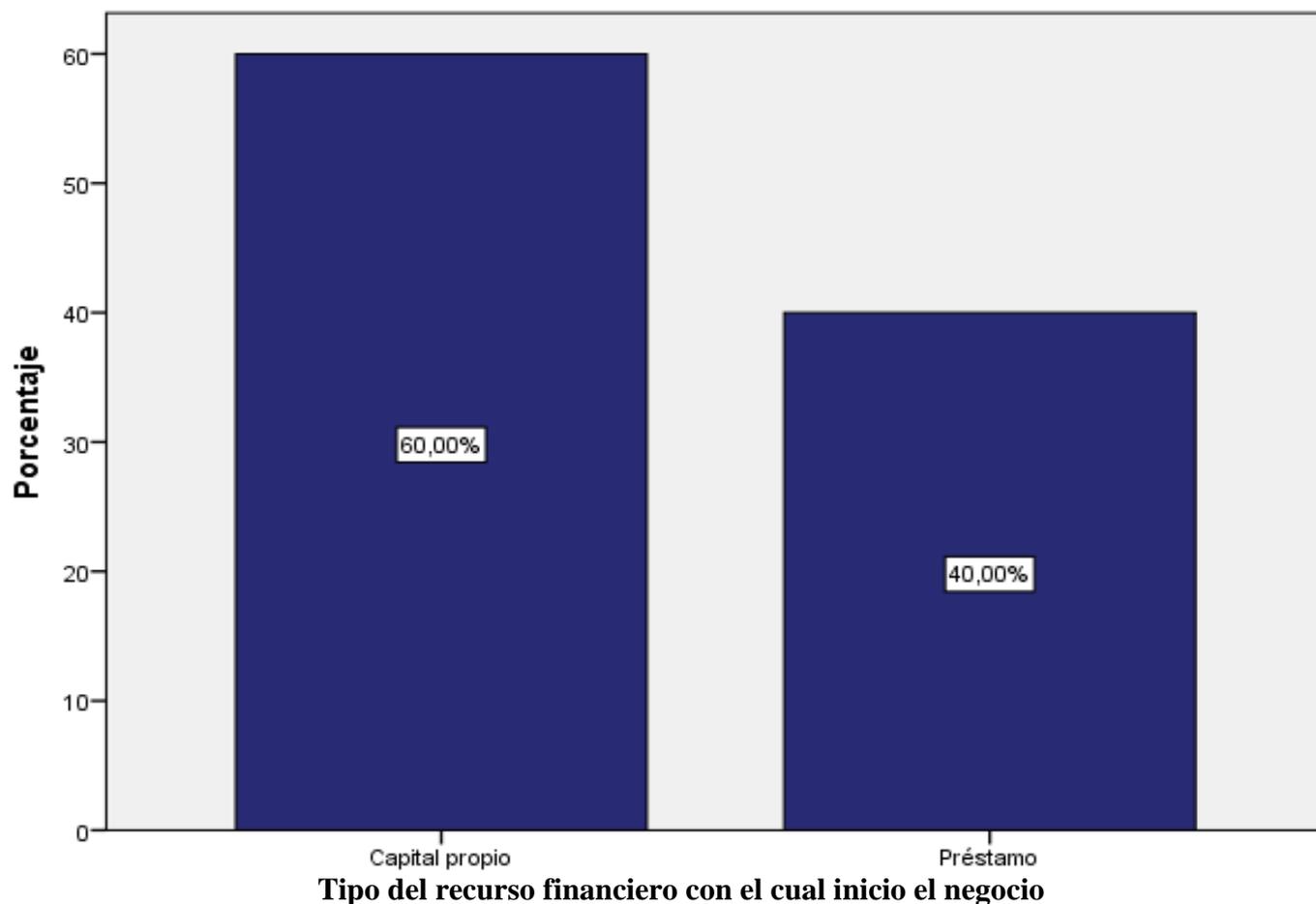
En la figura 1, podemos observar que, de los 50 encuetados, el 88% señalaron que la antigüedad de su negocio es mayor a 2 años, sin embargo, el 2% indican que su negocio tiene de 0 a 6 meses en el mercado. Los encuestados fueron aquellas MYPES que tienen sus puestos en la plataforma del Mercado Modelo y en las calles aledañas al mencionado mercado.

FIGURA N° 02: **Capital Inicial al Negocio**

FUENTE: Encuesta

El 54% de los encuestados señalo que iniciaron su negocio con un monto comprendido entre S/.1000.00 A S/.5000.00 y el 6% indicó que iniciaron su negocio con menos de S/. 1000.00.

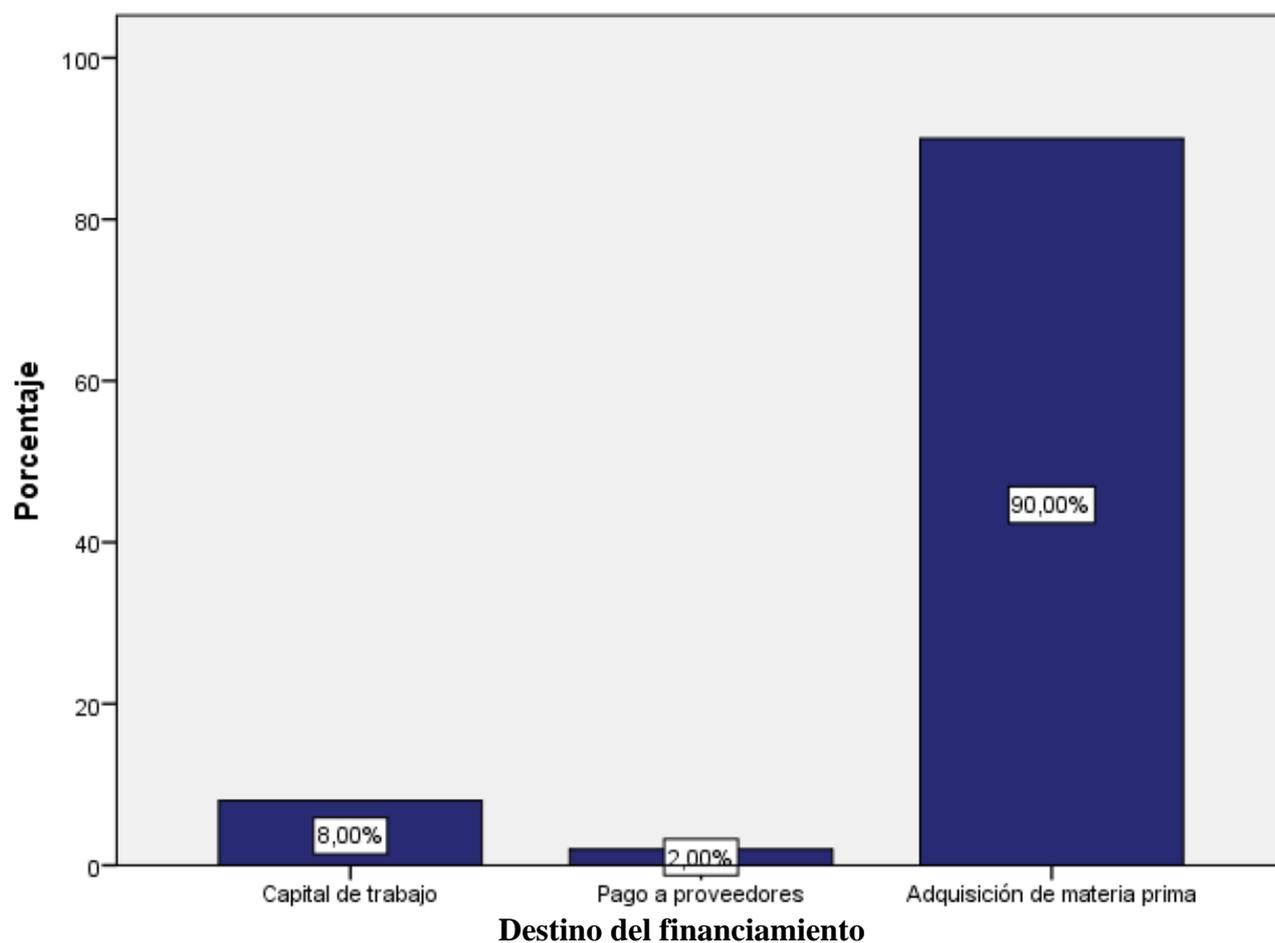
FIGURA N° 03: Tipo del recurso financiero con el cual inicio el negocio.



FUENTE: Encuesta

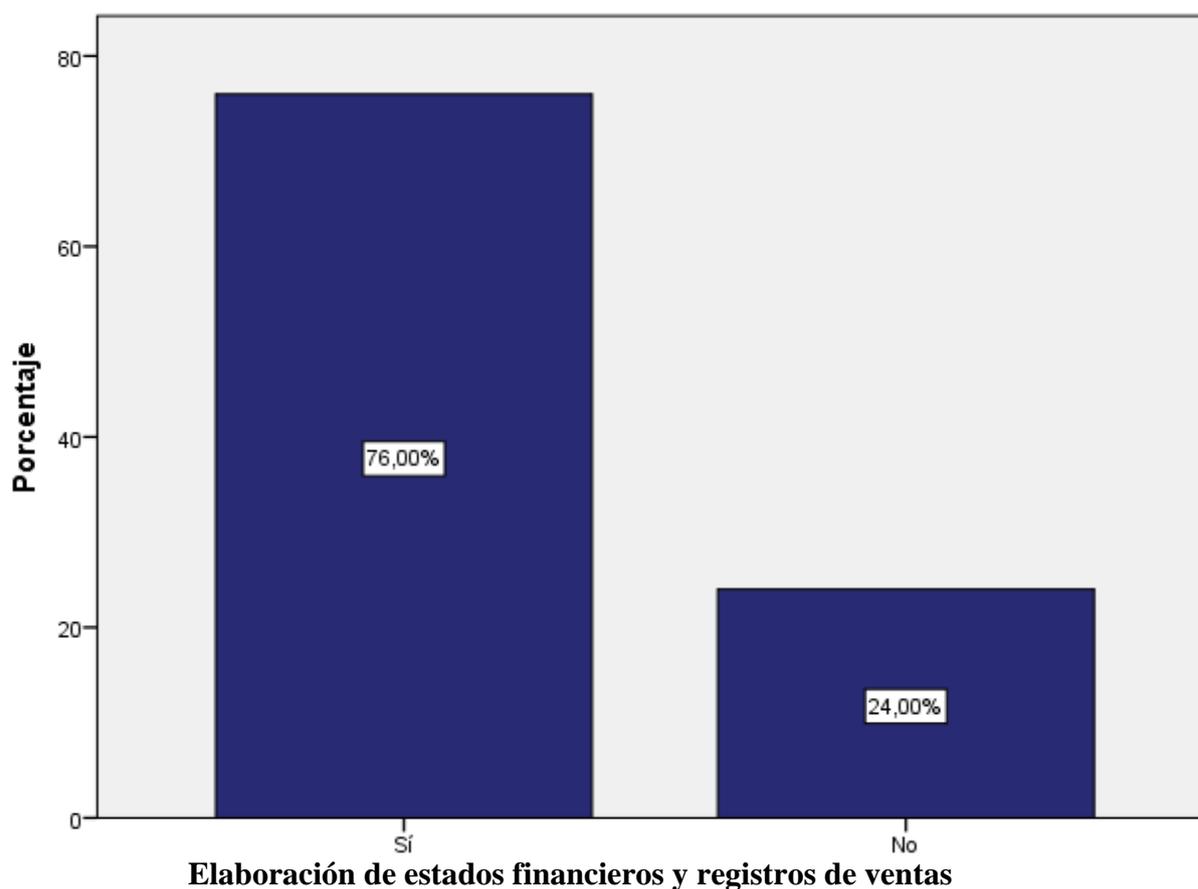
El 60% de los empresarios MYPES encuestados respondieron que iniciaron su negocio con capital propio y el 40% restante indicó que lo hizo a través de préstamos.

FIGURA N° 04: Destino del Financiamiento.



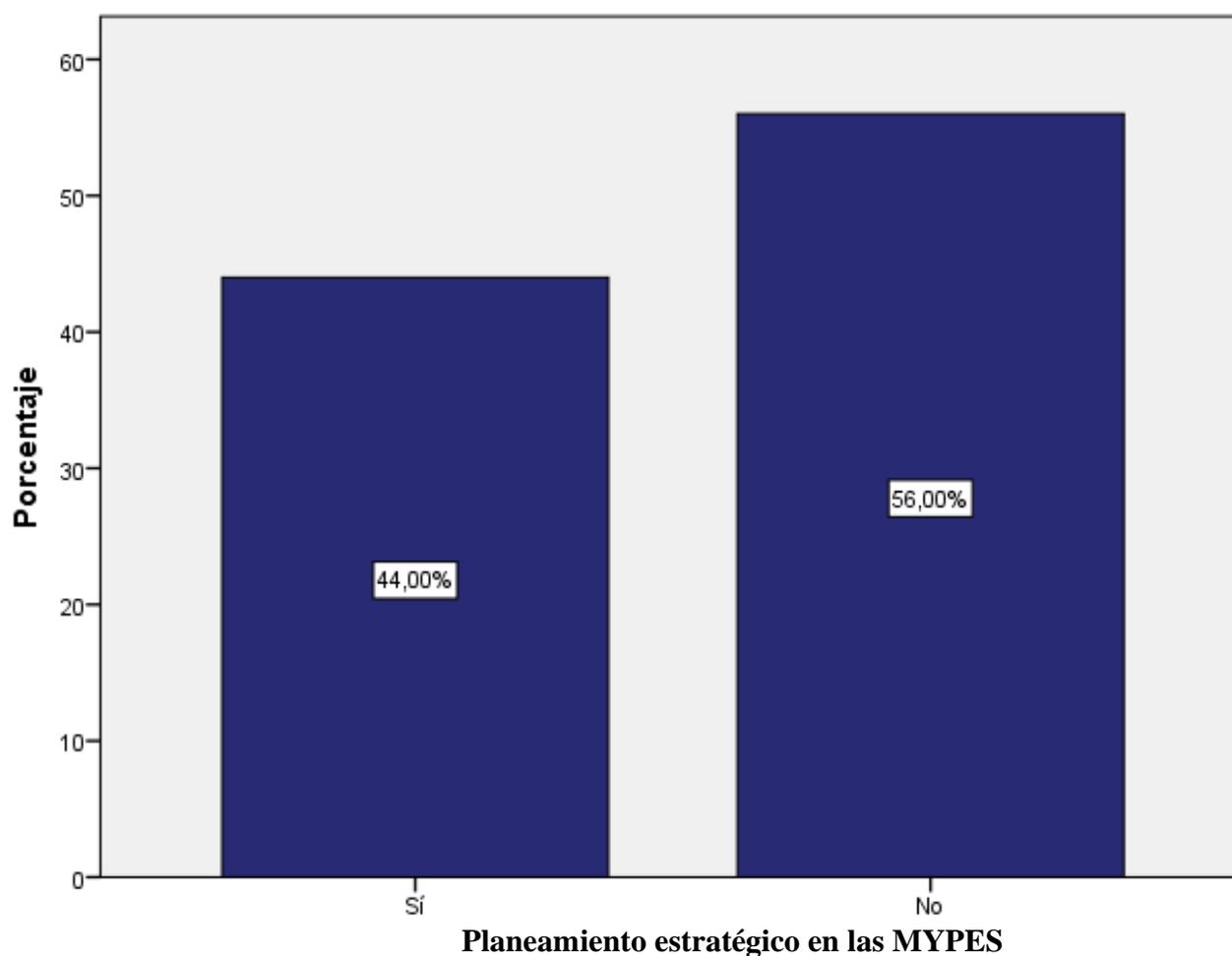
FUENTE: Encuesta

Del 40% de los empresarios que señalaron que iniciaron su negocio con financiamiento, el 90% señala que los préstamos son destinados a la adquisición de materia prima, el 2% destinó este dinero al pago de proveedores y el 8% destinó a capital de trabajo.

FIGURA N° 05: **Elaboración de estados financieros y registros de ventas**

FUENTE: Encuesta

El 76% de los encuestados ha señalado que realizan la elaboración de estados financieros y registros de ventas, así también cuentan con un contador para realizar estas funciones.

FIGURA N° 06: **Planeamiento estratégico en las MYPES**

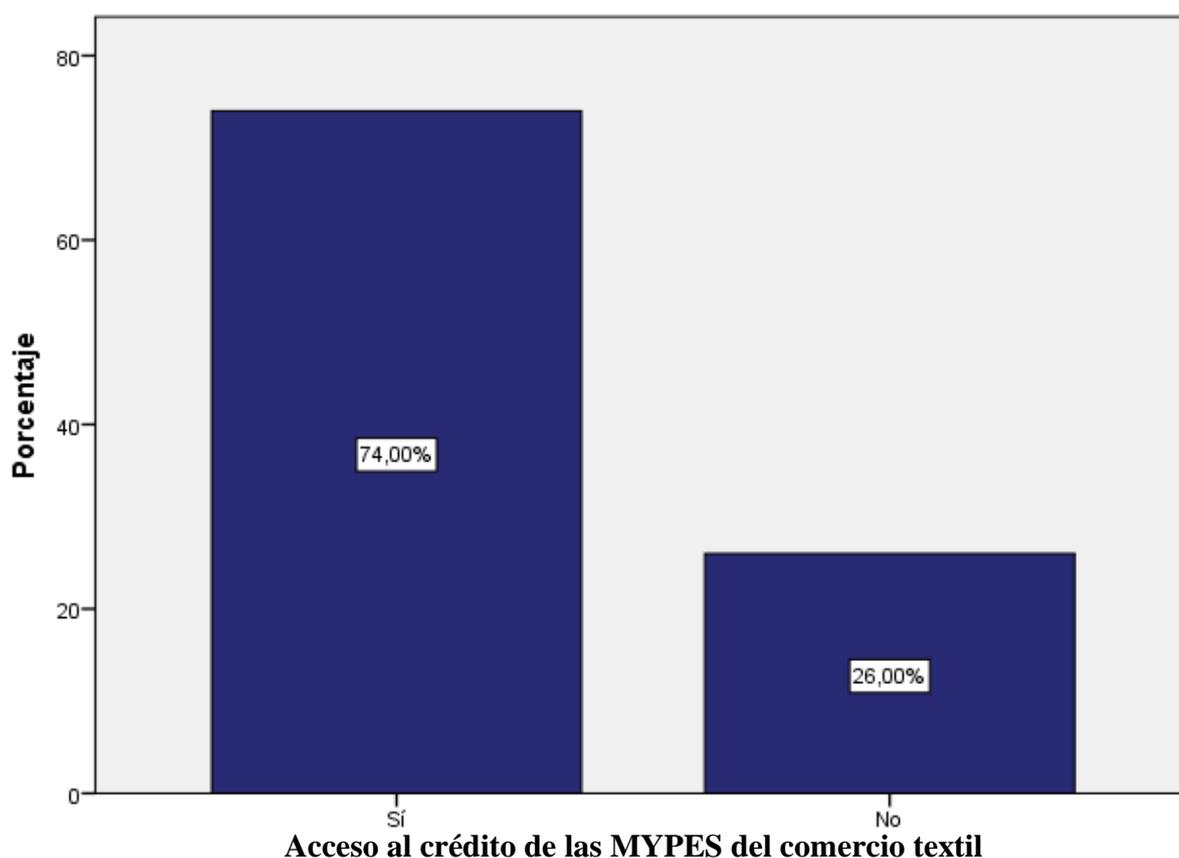
FUENTE: Encuesta

El 56% de los encuestados indicaron que no elaboran un plan operativo, es decir no planea sus acciones a realizar para mejorar los procesos de su negocio y cumplir con los objetivos de la empresa, mientras que el 44% indica que si elabora un plan operativo.

3.2. Accesibilidad al crédito

El acceso al crédito es un factor de suma importancia para el crecimiento de las micro y pequeñas empresas, pues necesitan mayor liquidez para la adquisición de materia prima, maquinarias y otros bienes para realizar sus actividades u operaciones. Sin embargo el acceso al crédito se ve limitado por factores como la informalidad y poca cultura financiera de las empresas.

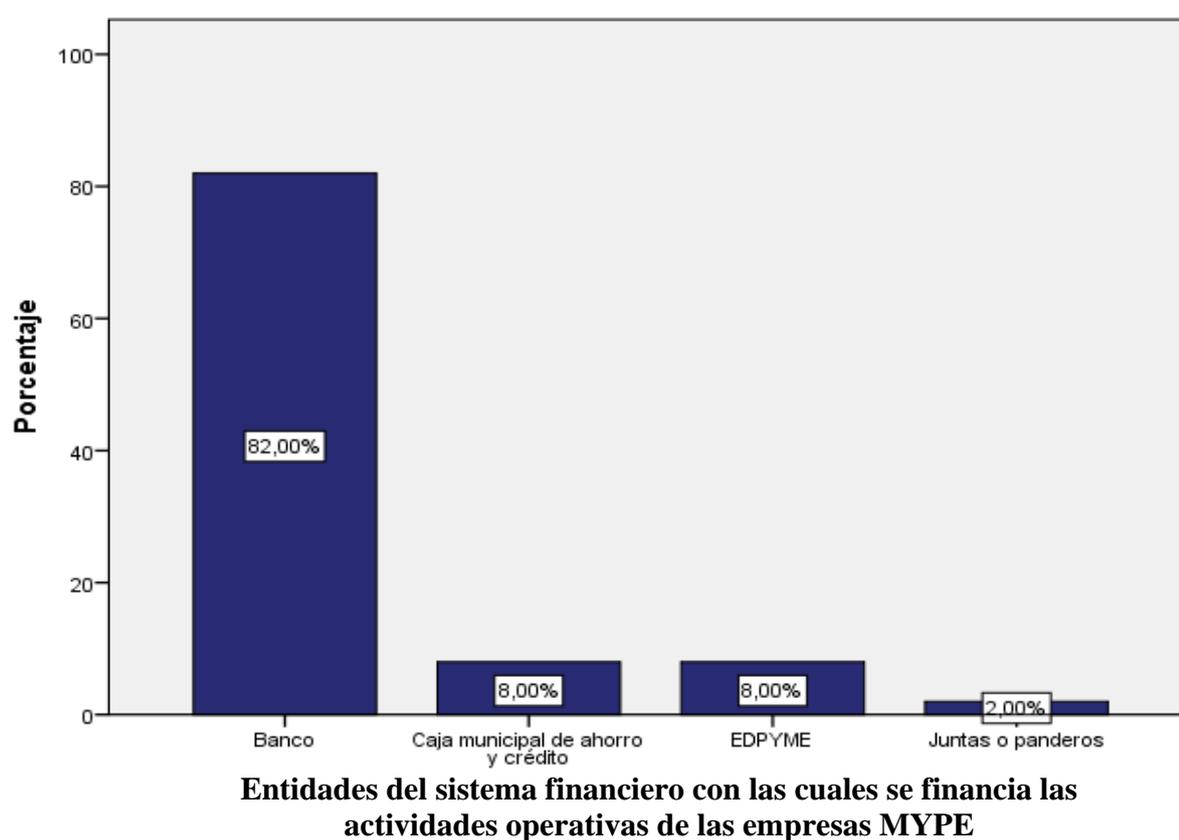
FIGURA N° 07: Acceso al crédito de las MYPES del comercio textil



FUENTE: Encuesta

El 74% de los encuestados indican que sí tienen acceso al crédito y el 26% indica que no, esto último se relaciona a los requisitos exigibles por las entidades del sistema financiero los cuales exigen que las empresas sean formales y tengan una cultura financiera adecuada lo cual implica que elaboren estados financieros.

FIGURA N° 08: **Entidades del sistema financiero con las cuales se financia las actividades operativas de las empresas MYPE**



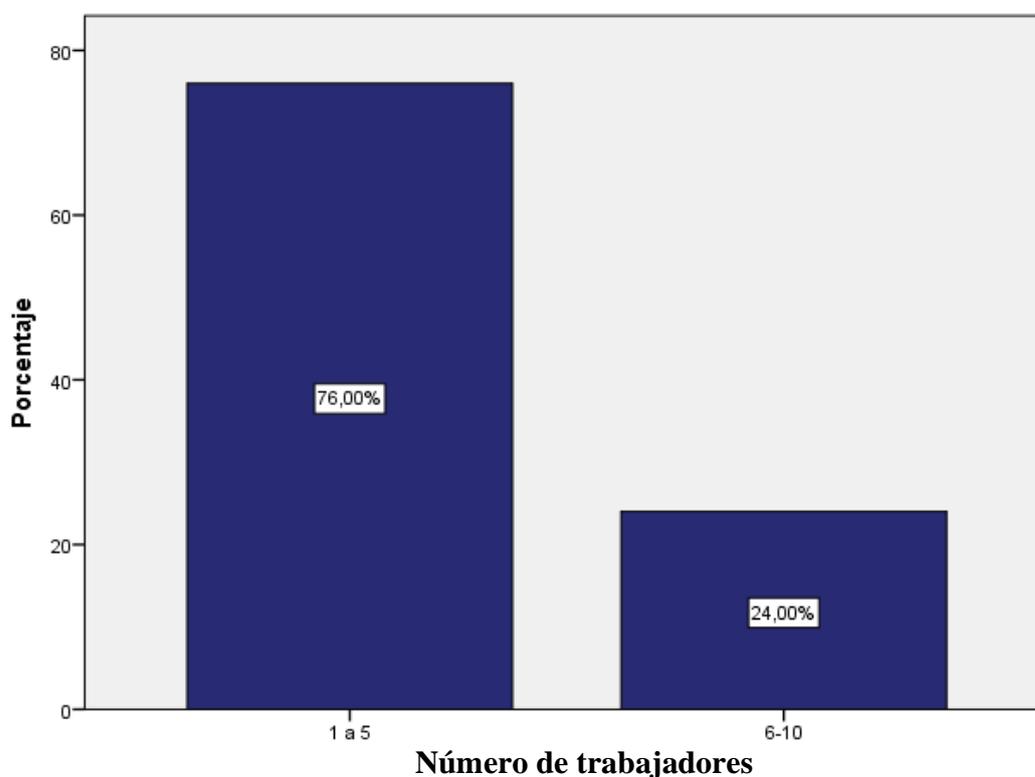
FUENTE: Encuesta

El 82% de las MYPES encuestadas indican que acuden a la banca privada para solicitar créditos cuando necesitan financiarse, el 8% acude a las cajas de ahorro y crédito, el otro 8% busca financiamiento en las EDPYME y el 2% en juntas o panderos las cuales están fuera del sistema financiero.

3.3. Gestión del recurso humano

El recurso humano es un factor importante para el desarrollo y crecimiento de cualquier empresa y debe convertirse en un aliado para el logro de objetivos, por lo cual es necesario fortalecer las capacidades de los trabajadores.

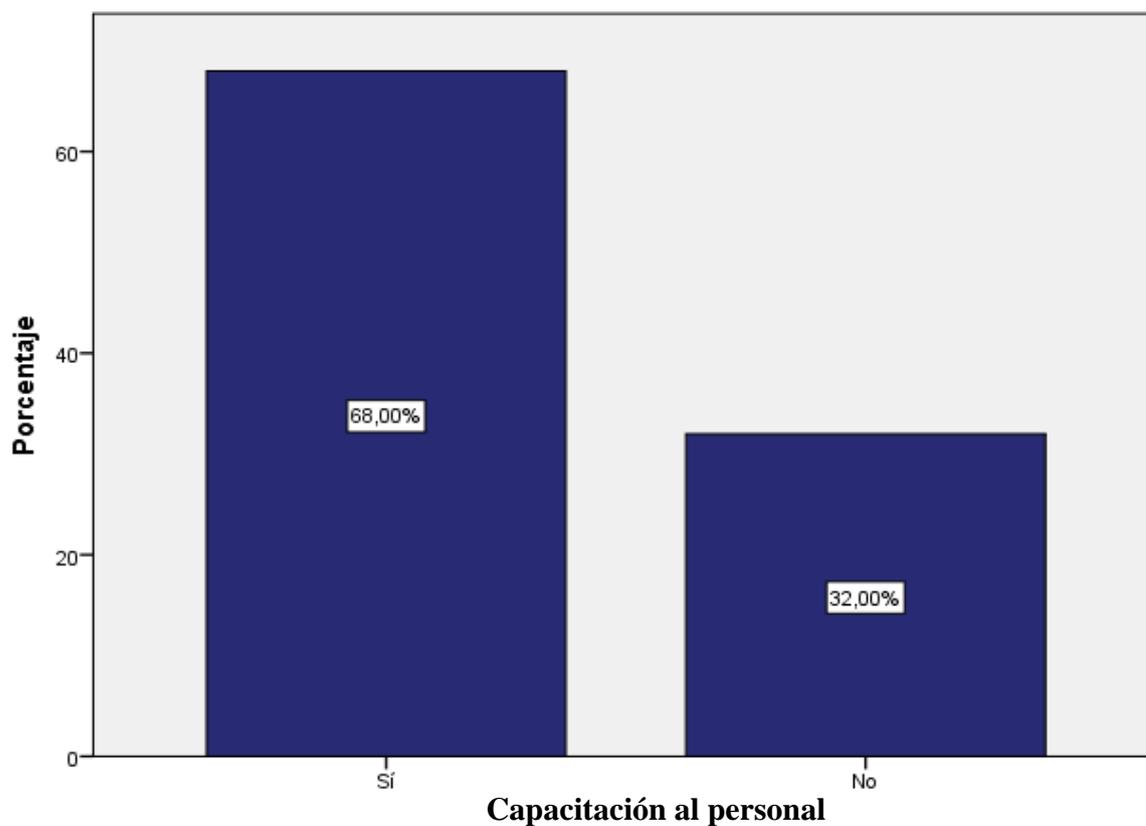
FIGURA N° 09 Número de trabajadores



FUENTE: Encuesta

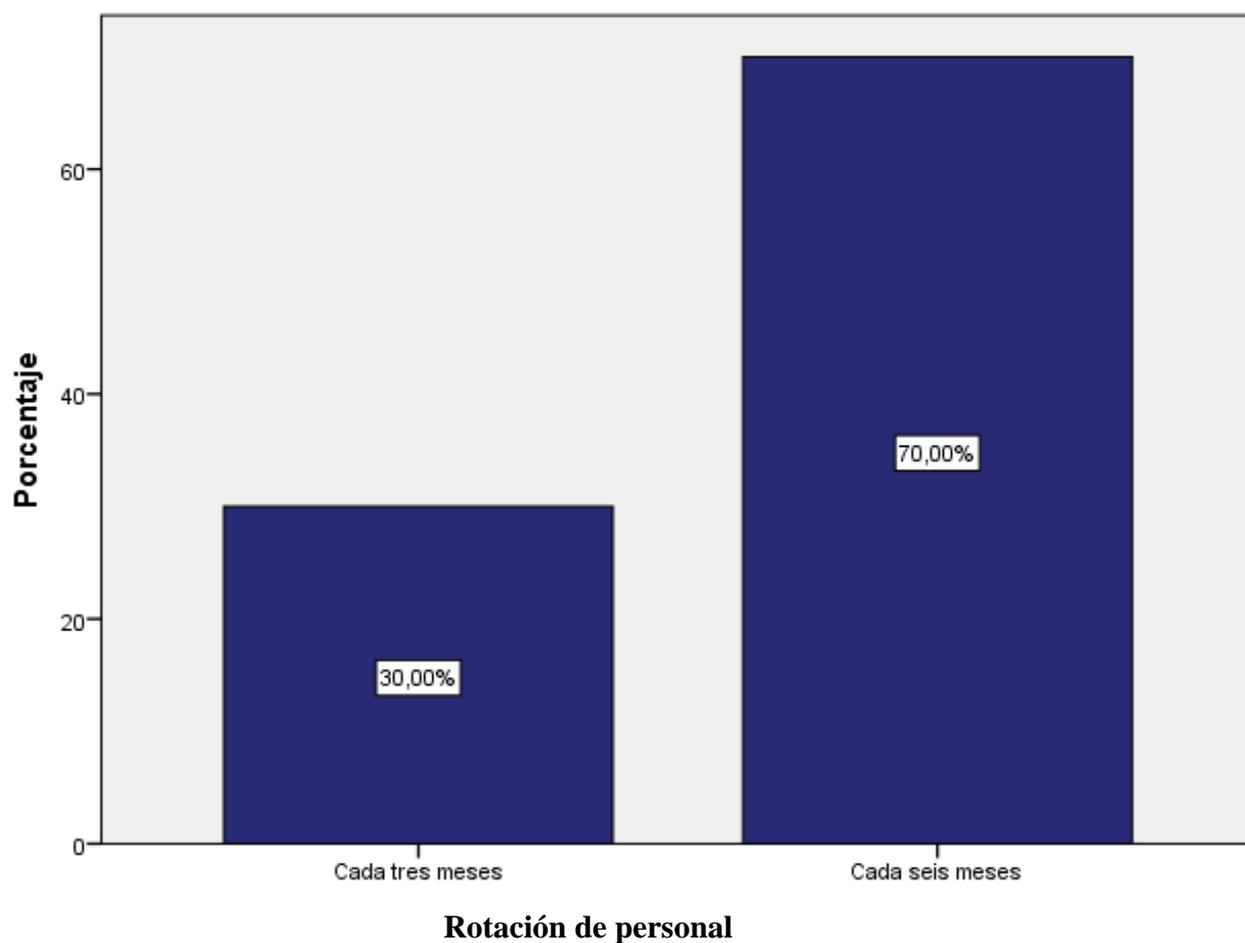
De acuerdo a la Ley MYPE, señala que es considerada una MYPE cuando la cantidad de trabajadores de la empresa no excede de 50. Luego de realizar varias visitas al mercado modelo en el sector de textiles se observó que las MYPE no exceden de 15 empleados. A través de la encuesta se determinó que el 76% de las micro y pequeñas empresas solo tiene entre 1ª 5 trabajadores y el 24% cuenta con 6 a 10 trabajadores.

FIGURA N° 10 Capacitación al personal



FUENTE: Encuesta

El 68% de los micro y pequeños empresarios encuestados señalaron que sí realizan capacitaciones a su personal, sobre todo indicaron que son capacitados en temas de atención al cliente y en técnicas de venta, el 32% indicó que no realiza capacitación siendo un porcentaje considerable que no presta la atención debida en la gestión del recurso humano.

FIGURA N° 11: **Rotación de personal**

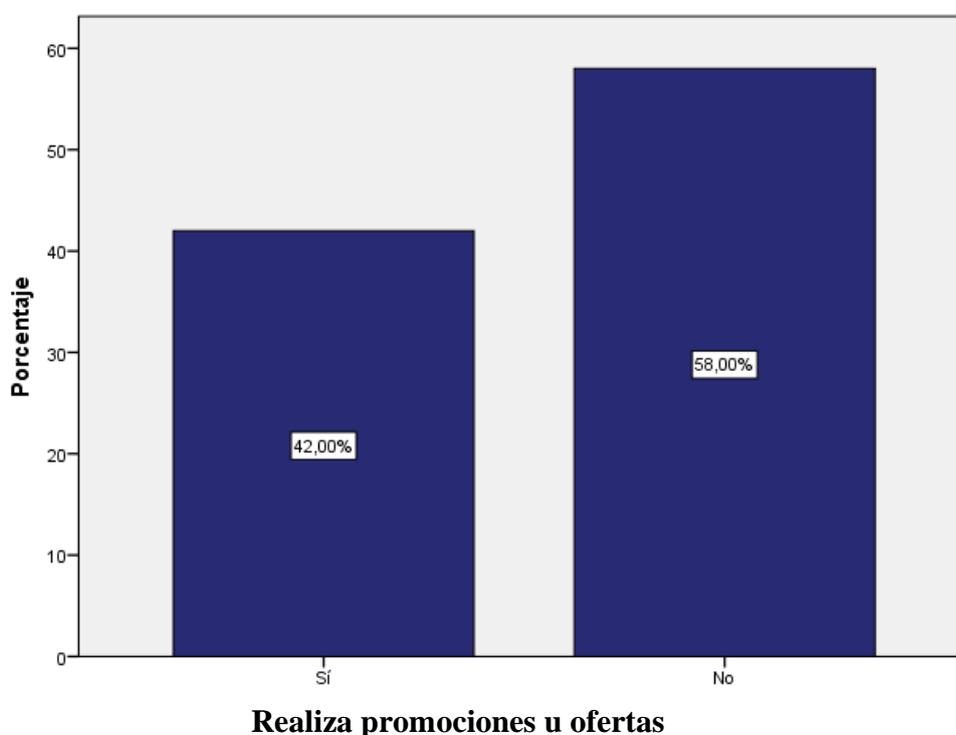
FUENTE: Encuesta

La excesiva rotación de personal es considerada un costo muy elevado para que sea asumido por una empresa independientemente a su tamaño, debido que las empresas invierten en su personal, rotarlo es un costo porque deberá capacitar al nuevo trabajador en el puesto. De los 50 empresarios encuestados, el 70% indicó que su personal rota cada seis meses y el 30% indicó que lo rota cada tres meses.

3.4. Marketing

El marketing es importante, no solo para el desarrollo empresarial de las MYPES, sino también para su existencia. Sin ella, las MYPES no podrían sobrevivir. En otras palabras: sin marketing no podríamos conocer al consumidor y, por consiguiente, lo que quiere o busca. El marketing es la conexión entre el consumidor y la empresa, a través de él sabemos qué, cómo, cuándo y dónde demanda el producto y/o servicio.

FIGURA N° 12: **Realiza promociones u ofertas**



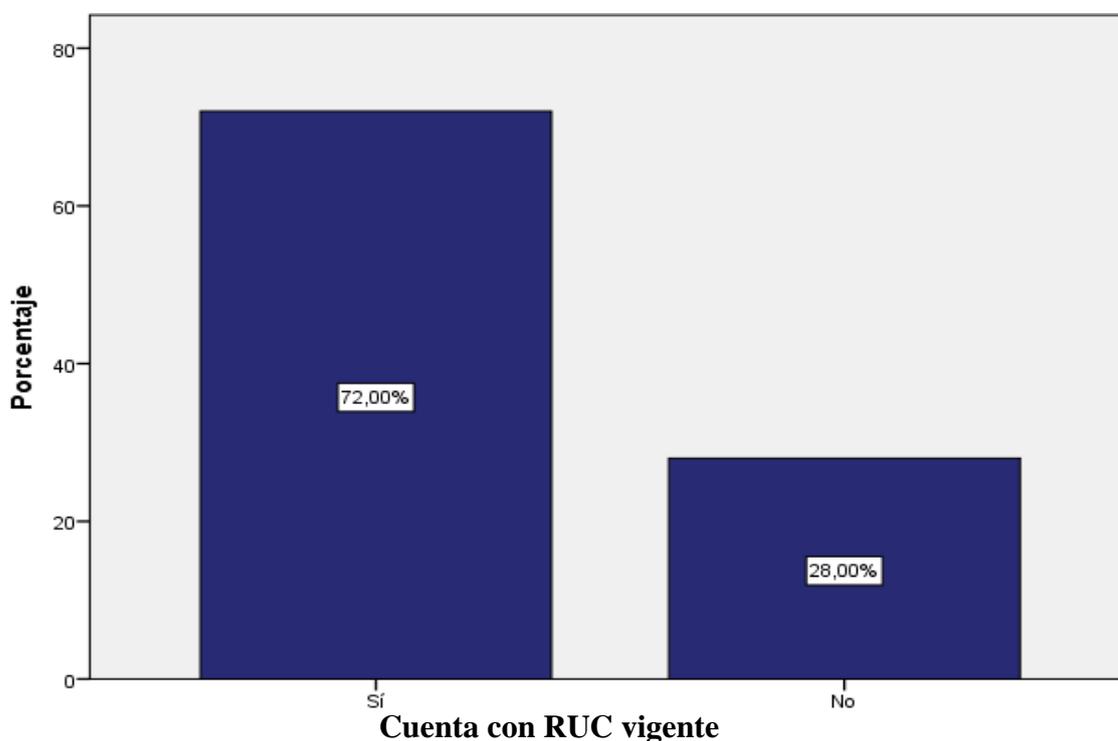
FUENTE: Encuesta

El 58% de los encuestados indicaron que no realizan promociones u ofertas y el 42% indicó que sí. Ante estas respuestas podemos apreciar que los micro y pequeños empresarios del comercio textil no cuentan con la preparación adecuada para realizar una óptima gestión de su empresa y lograr el desarrollo de la misma, porque sin un adecuado marketing no se puede ampliar la cuota de mercado.

3.5. Formalidad

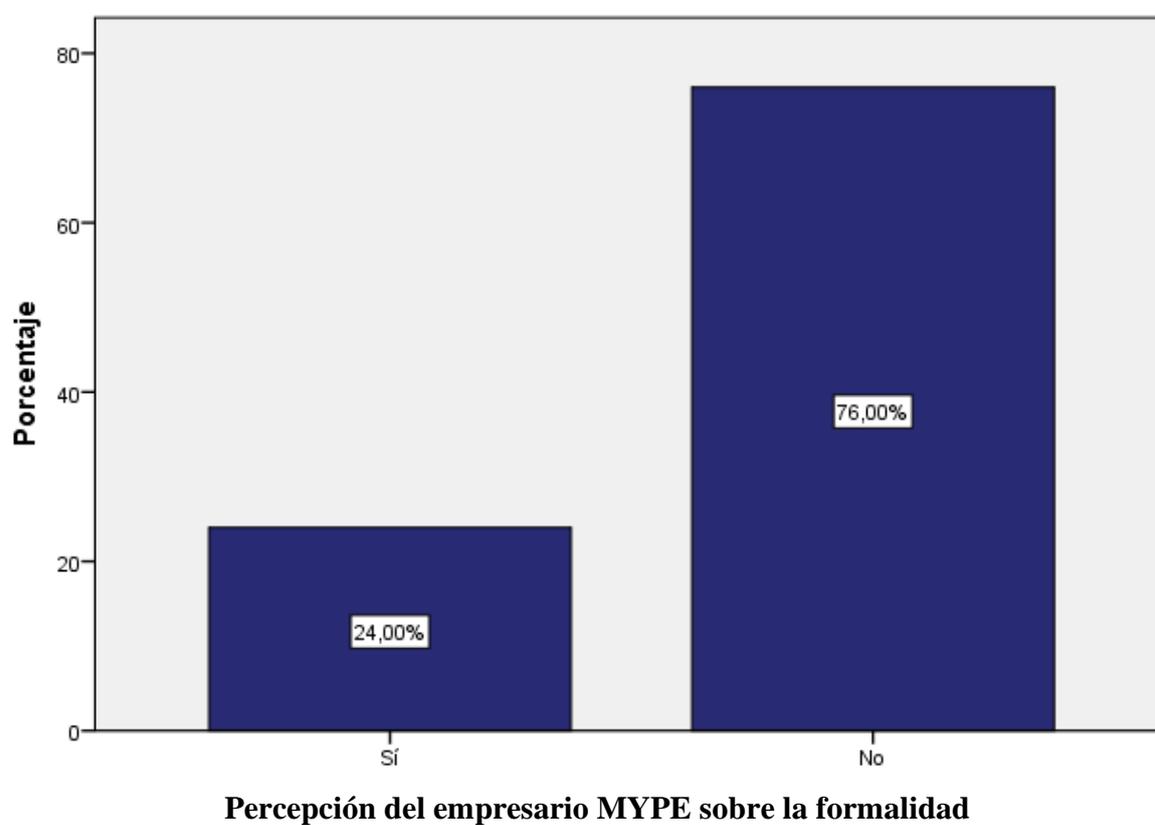
Una MYPE constituida dentro de la formalidad da la identidad y seriedad que se requiere para hacer negocios; refleja cumplimiento de sus obligaciones y confianza hacia todos sus clientes. Por lo tanto, es un factor muy importante para el desarrollo de las MYPES del comercio textil.

FIGURA N° 13: Cuenta con RUC vigente



FUENTE: Encuesta

El 72% de los encuestados señalaron que sí cuentan con RUC vigente y el 28% indicó que no. Como se señaló en el aspecto de acceso al crédito, la formalidad es un factor clave para que los empresarios tengan acceso al crédito y esta forma pueda ampliar la cobertura de su negocio y crecer.

FIGURA N° 14: Percepción del empresario MYPE sobre la formalidad

FUENTE: Encuesta.

Al empresario se le preguntó si considera que la formalización es una traba para el crecimiento y/o desarrollo de su empresa, a esta pregunta el 76% respondió que no considera que sea una traba y el 24% indicó que sí.

Tabla 1
Resumen ANOVA

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
¿Tiene acceso al crédito?	Entre grupos	1,176	1	1,176	6,682	,013
	Dentro de grupos	8,444	48	,176		
	Total	9,620	49			
¿Con qué tipo de recursos inició su negocio?	Entre grupos	8,337	1	8,337	109,240	,000
	Dentro de grupos	3,663	48	,076		
	Total	12,000	49			
¿A qué destinó dicho financiamiento?	Entre grupos	,151	1	,151	,217	,644
	Dentro de grupos	33,469	48	,697		
	Total	33,620	49			
Número de trabajadores	Entre grupos	5,120	1	5,120	61,440	,000
	Dentro de grupos	4,000	48	,083		
	Total	9,120	49			
¿Realiza capacitaciones a su personal?	Entre grupos	2,880	1	2,880	17,280	,000
	Dentro de grupos	8,000	48	,167		
	Total	10,880	49			
Rotación del personal	Entre grupos	1,837	1	1,837	10,177	,003
	Dentro de grupos	8,663	48	,180		
	Total	10,500	49			
¿Realiza promociones u ofertas?	Entre grupos	,180	1	,180	,720	,400
	Dentro de grupos	12,000	48	,250		
	Total	12,180	49			
¿Cuenta con RUC vigente?	Entre grupos	1,417	1	1,417	7,850	,007
	Dentro de grupos	8,663	48	,180		
	Total	10,080	49			
¿Considera usted que el proceso de formalización es más bien una traba para el micro y pequeño empresario?	Entre grupos	,009	1	,009	,047	,830
	Dentro de grupos	9,111	48	,190		
	Total	9,120	49			
¿Qué antigüedad tiene su negocio?	Entre grupos	,333	1	,333	,791	,378
	Dentro de grupos	20,247	48	,422		
	Total	20,580	49			
¿Cuál es su grado de instrucción?	Entre grupos	,101	1	,101	,114	,737
	Dentro de grupos	42,719	48	,890		
	Total	42,820	49			
¿Con qué monto de capital de trabajo inició su negocio?	Entre grupos	2,067	1	2,067	1,230	,273
	Dentro de grupos	80,653	48	1,680		

	Total	82,720	49			
¿Cuál es la fuente con la que se ha financiado?	Entre grupos	,500	1	,500	1,000	,322
	Dentro de grupos	24,000	48	,500		
	Total	24,500	49			
¿Su negocio ha crecido con dinero proveniente de préstamos o con su propio capital?	Entre grupos	,056	1	,056	,223	,639
	Dentro de grupos	11,944	48	,249		
	Total	12,000	49			
¿Realiza la técnica del merchandising?	Entre grupos	,040	1	,040	,212	,647
	Dentro de grupos	9,080	48	,189		
	Total	9,120	49			
¿Cuenta con la elaboración de estados financieros y registro de ventas?	Entre grupos	,467	1	,467	2,592	,114
	Dentro de grupos	8,653	48	,180		
	Total	9,120	49			
¿Cuenta con un plan operativo?	Entre grupos	,101	1	,101	,398	,531
	Dentro de grupos	12,219	48	,255		
	Total	12,320	49			
¿Ha pensado en seguir invirtiendo para crecer su negocio?	Entre grupos	,001	1	,001	,005	,942
	Dentro de grupos	5,265	47	,112		
	Total	5,265	48			

Fuente. Elaboración propia

Empleando el ANOVA es un análisis de prueba de hipótesis que evalúa la importancia de uno o más factores al comparar las medias de las variables de respuesta en los diferentes niveles de los factores. Para este análisis se observa que dado el $\text{sig} \leq 0.05$, por lo cual para cada factor analizado (acceso al crédito, recurso humano, formalidad) para ser significativo y guarda relación con el desarrollo empresarial deberá tener una $\text{sig} \leq 0.05$.

Luego de procesar en el programa SPSS, se ha obtenido que los siguientes ítems tienen significancia:

- Acceso al crédito
- Tipo de recurso inicial (propio o financiado)
- Número de trabajadores
- Capacitación al personal
- La rotación al personal
- RUC vigente

Por lo cual el modelo lineal sería el siguiente:

DE= F (acceso al crédito, gestión del recurso humano, formalidad)

$$DE= 9,620 AC + 12 RI + 9,120 NT + 10,880 CP + 10,500 RP + 10,080 RUC + e$$

Donde:

DE: Desarrollo empresarial

AC: Acceso al crédito

RI: Recurso inicial

NT: Número de trabajadores

CP: Capacitación al personal

RP: Rotación al personal

RUC: relación de formalidad

e: variable aleatoria

CAPÍTULO IV

Capítulo IV. Discusión

La presente investigación tiene por objetivo general analizar los factores que determinan el desarrollo empresarial de las MYPES en el sector comercio textil en el distrito de Chiclayo, por lo cual se propuso de acuerdo a la teoría de desarrollo empresarial los factores como acceso al crédito, formalidad, gestión del recurso humano, marketing como posibles factores determinantes en el desarrollo empresarial de las MYPES comerciantes de textiles en el distrito de Chiclayo.

Por ende, mediante los resultados presentados, analizados e interpretados se obtuvo que de los ítems que conforman cada factor los que a continuación se presentan son significativos y por lo tanto, son determinantes en el desarrollo empresarial:

- Acceso al crédito sig (0.013)
- Tipo de recurso inicial (propio o financiado) sig (0.000)
- Número de trabajadores sig (0.000)
- Capacitación al personal sig (0.000)
- La rotación al personal sig (0.003)
- RUC vigente sig (0.007)

Como se puede apreciar los ítems determinantes se encuentran comprendidos en cada factor propuesto por lo cual podemos afirmar que el acceso al crédito, la formalidad y la gestión del recurso humano influye positivamente en el desarrollo empresarial de las MYPES de comercio textil, esto debido que la significancia obtenida es menor a 0.05.

También con el análisis de los datos recolectados por medio de la encuesta, se halló que el 88% de los negocios tienen más de 2 años en funcionamiento, el 90% de los empresarios que iniciaron su negocio con apalancamiento indicaron que emplearon el dinero del préstamo para la adquisición de materia prima. En relación a la planificación estratégica empresarial el 56% de los encuestados no elabora plan operativo para definir

sus actividades anuales a desarrollar en los aspectos de producción, ventas, marketing y otros aspectos.

En el factor acceso al crédito se determinó también que el 82% de las MYPES encuestadas buscan obtener préstamos en la banca privada. Así también el 58% de las empresas MYPE no realizan ningún tipo de marketing.

Objetivo 1: Determinar la influencia de la accesibilidad al crédito en el desarrollo empresarial de la MYPE del comercio textil.

Los resultados descritos son respaldados por las investigaciones de Sabogal (2018) en su tesis denominada “Influencia del financiamiento a las micro y pequeñas empresas en su crecimiento y desarrollo”, donde concluye que el financiamiento influye positivamente en el crecimiento y desarrollo de las MYPES, así mismo determinó que los bancos son la fuente de financiamiento más recurrente en este tipo de empresa y que los empresarios destinan el dinero de préstamos para aumentar su capital de trabajo y adquisición de nuevas maquinarias y tecnologías; así mismo Sánchez y Montoya (2017), en su tesis titulada Limitaciones que tienen las micro y pequeñas empresas de Lima Norte, para acceder a un crédito en el sistema financiero tuvo las siguientes conclusiones: la elusión tributaria por parte de las MYPES tiene incidencia en el acceso al crédito, así mismo el mal historial crediticio de las MYPES son causal de rechazo ante la solicitud de crédito.

Objetivo 2: Determinar la influencia de la gestión del recurso humano y el marketing como componentes de la gestión empresarial en el desarrollo empresarial de la MYPE del comercio textil.

Al analizar el recurso humano y el marketing los resultados son reforzados por las investigaciones de Mundaca (2018) en su investigación titulada Modelo conceptual de

desarrollo empresarial para las MYPE de la región Lambayeque: Caso centro de desarrollo empresarial llegó a las siguientes conclusiones: la experiencia personal y laboral permiten fortalecer las iniciativas empresariales, la informalidad es un factor que afecta el desarrollo organizacional interno; Quintero (2018) en su investigación denominada Las PYMES en Colombia y las barreras para su desarrollo y perdurabilidad se llegó a las siguientes conclusiones: las PYMES deben dejar de ver a la innovación como un gasto sino que deben enfocarlo como una inversión; las certificaciones de calidad en un PYME generan confianza para sus clientes; el recurso humano debe ser gestionado mediante planes de capacitación para personal y beneficios.

Objetivo 3: Determinar la influencia de la formalidad en el desarrollo empresarial de la MYPE del comercio textil.

La informalidad es un problema para todo tipo y tamaño de empresa, y en los resultados de la presente investigaciones se aprecia que la formalidad influye positivamente en el desarrollo empresarial de las MYPES porque les permite tener acceso al crédito y de esta forma ir formando capital, estos hallazgos se pueden reforzar y validar con la investigación de Mundaca (2018) que señala que la informalidad es un factor que afecta el desarrollo organizacional interno de la empresa.

Conclusiones

Las MYPES son el principal dinamizador de la economía en el Perú, sin embargo, presenta una serie de problemas en su organización y en la ejecución de sus procesos internos tanto en la producción como en la comercialización de productos y/o servicios. Para el caso de la presente investigación que se ha centrado en la MYPES comerciantes textiles del distrito de Chiclayo se ha podido llegar a las siguientes conclusiones:

1. El acceso al crédito es un factor influyente para el desarrollo de las micro y pequeñas empresas. Sin embargo, el acceso al crédito se ve limitado por factores como la informalidad y poca cultura financiera de las empresas.
2. El recurso humano y el marketing como componente de la gestión empresarial, ejercen influencia no solo para el desarrollo y crecimiento de empresarial de la MYPE del comercio textil; sino también, para su existencia.
3. La formalidad es un factor clave para que los empresarios tengan acceso al crédito y esta forma pueda ampliar la cobertura de su negocio y crecer, por lo tanto, ejerce influencia en el desarrollo empresarial de las MYPES del comercio textil.

Recomendaciones

- Elaborar un plan de capacitación que propicie el desarrollo empresarial de las MYPES y con visión prospectiva.
- La mejora en la calidad del proceso operativo de las MYPES del comercio textil debería estar orientado a fomentar la cultura en planificación estratégica y al manejo de indicadores, convirtiendo al dueño de la MYPE en un gerente.
- Se debe fortalecer la elaboración de estados financieros como un medio para la obtención de créditos para fomentar el crecimiento de las MYPES.
- Las MYPES del sector comercio textil del distrito de Chiclayo, deben invierten en marketing para mejorar sus ventas y por ende su rentabilidad.

Referencias Bibliográficas

- Alvarado, J. y Galarza, F. (2002). *Los fondos de garantía para el acceso al crédito en el Perú: alcances y limitaciones Informe final presentado al CIES/ Red de Microcrédito, Género y Pobreza*. Centro Peruano de Estudios Sociales. Lima, Perú.
- Amorós, J. (2011). *El proyecto global entre preneurship monitor (GEM): una aproximación desde el contexto latinoamericano*. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/716/71617238002.pdf>
- Cameron, K. y Quinn, R. (2011). *Diagnosing and changing organizational culture*. San Francisco, Ca.: Jossey Bass.
- Castillo, M. (2011). *Los servicios de desarrollo empresarial (SDE) y sus efectos sobre el desempeño económico-empresarial de las MYPES usuarias en el distrito de Piura-2010*. (Tesis de pre grado). Piura. Recuperado de: https://joseordinolaboyer.files.wordpress.com/2011/11/castillo_morante_rev_job.pdf
- Cifuentes, D. *Principales factores de competitividad para el acceso de las Pymes colombianas del sector textil confección a mercados internacionales*. (Tesis para optar título). Universidad Nacional de Colombia. 2017.
- Chávez, L. (2016). *Gestión del talento humano*. Recuperado de: <http://cimogsys.esPOCH.edu.ec/direccionpublicaciones/public/pdf/18/gesti%20del%20talento%20humano.pdf>). Ecuador: Spoch.
- Chiavenato, I. (2002). *Gestión del talento humano*. Mexica D.F: MC GRAW HILL.
- Chiroque, J. (2013). *Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio rubro artículos de ferretería del mercado*

modelo de Piura, periodo 2012 (Tesis de pre grado). Universidad católica los ángeles de Chimbote, Piura. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/JaimeRaulLupucheTimana/tesis-27927309>

De Juan, M. (2006). *Evolución y tendencias en producción y distribución comercial. Distribución y consumo*. Universidad de Alicante.

Delfín, F. y Acosta, M. (2016). Importancia y análisis empresarial. *Pensamiento Y gestión*. 184 (202). Recuperado de: <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/viewFile/8810/8595>

Ettinger, R. y Golieb, D. (2000). *Créditos y cobranzas*. Compañía Editorial Continental.

Flores, G. (2014). *Modelo empresarial clústers en negocios internacionales del sector exportador MYPES de confecciones textiles de Gamarra, Lima 2005-2012* (Tesis doctoral). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima.

Furnham, A. (1995). *Personalidad y diferencias individuales en el trabajo*. Madrid: Editorial Pirámide.

Galván, E. (2005). *Promoción del sector MYPE en el Perú*. Ministerio de la producción, Lima, Perú.

Garay, R. (2016). *Acceso de las Pymes al Crédito Bancario: Asimetrías de Información, Concentración y Competencia Bancaria* (Tesis de Maestría). Universidad de Chile, Santiago. Recuperado de: <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/140274/Acceso%20de%20la%20Pymes%20al%20cr%C3%A9dito%20bancario%20%20asimetr%C3%ADas%20de%20informaci%C3%B3n,%20concentraci%C3%B3n%20y%20competencia%20bancaria.pdf?sequence=1>

- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. México D.F., México: McGRAW-HIL.
- Illanes, L. (2017). *Caracterización del financiamiento de las pequeñas y medianas empresas en Chile* (Tesis de maestría). Universidad de Chile, Santiago. Recuperado de: <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/145690/Illanes%20Za%e2%94%9c%e2%96%92artu%20Luis.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) (2016). *Producción y empleo informal en el Perú*. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1471/libro.pdf
- Kong, J. y Moreno, J. (2014). *Influencia de las fuentes de financiamiento en el desarrollo de las MYPES del distrito de San José-Lambayeque en el período 2010-2012* (Tesis de Pre grado). Universidad Santo Toribio de Mogrovejo, Lambayeque. Recuperado de: http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/88/1/TL_KongRamosJessica_MorenoQuilcateJose.pdf
- Koontz, O'Donnell. (2008). *Curso de Administración Moderna- Un análisis de sistemas y contingencias de las funciones administrativas*. México. Litográfica Ingramex S.A.
- Kotler, P. Y Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de marketing*. México: Pearson Educación.
- Ley N° 28015. *Ley de Promoción y Formalización de la micro y pequeña empresa* (Promulgada el 3 de Julio del 2003).
- Mendoza, P. y Robles, L. (2000). *Planeamiento Estratégico en Gerencia*. Universidad Mayor de San Marcos.

- Milla, L. (2016). *La globalización en la gestión de las pequeñas y medianas empresas (pymes) de confecciones en San Juan de Lurigancho, periodo 2011-2012* (Tesis doctoral). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima.
- Montilla, M., Montero, M. (2011). *Desarrollo Empresarial y Emprendedores*. Universidad de Córdoba. Recuperado de: <http://www.fudepa.org/FudepaWEB/Actividades/FSuperior/DesarrolloEmp.pdf>
- Morán, D. (2003). *La informalidad en el proceso de desarrollo de las micro y pequeñas empresas textiles y de confecciones de Gamarra frente a la normatividad jurídica vigente* (Tesis de post grado). Lima, Perú. Recuperado de http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/1212/1/moran_sd.pdf
- Mundaca, J. (2018). *Modelo conceptual de desarrollo empresarial para las MYPES de la región Lambayeque: Caso centro de desarrollo empresarial*. (Tesis doctoral). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo. Recuperado de http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1224/1/TD_MundacaGuerraJorgeAugusto.pdf.pdf
- Navarro, J. (2013). *Diseño de contrastación de hipótesis*. Recuperado de <https://es.scribd.com/document/133955768/DISENO-DE-CONTRASTACION-DE-HIPOTESIS>
- Pérez, V., Ingar B. y Rodríguez, C. (2010). *Sector Textil del Perú*. CENTRUM
- Quintero, J. (2018). *Las PYMES en Colombia y las barreras para su desarrollo y perdurabilidad*. Universidad Militar, Bogotá. Recuperado de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/17949/QuinteroReatigaJuanSebastian2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Quispe, F. y Rengifo, J. (2013). *Efectos de la informalidad en la formalidad de las MIPYMES en el sector calzado del distrito El Porvenir de enero a julio 2013* (Tesis

- de pre grado). Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo. Recuperado de:
http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/162/4/QUISPE_RAMIREZ_Efectos_informalidad_formalidad_INDICE.pdf
- Restrepo, E. (2013). *Gestión empresarial para PYMES*. Recuperado de
<http://www.etp.com.py/fichaLibro?bookId=87166>
- Robles, J. (2012). *Un nuevo enfoque de gestión empresarial*. Recuperado de
http://www.adizesca.com/site/assets/g-introduccion_a_la_gestion_empresarial-pr.pdf
- Rodríguez, V. (2012). *Créditos del sistema financiero al sector privado y regulación del mercado de créditos en Perú*. Recuperado de
<https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/13798>
- Rubio, P. (2008). *Introducción a la Gestión Empresarial*. Instituto Europeo de Gestión Empresarial.
- Sabogal, M. (2018). *Influencia del financiamiento a las micro y pequeñas empresas en su crecimiento y desarrollo* (Tesis de pregrado). Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, Lambayeque. Recuperado de
<http://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/UNPRG/3976/BC-TES-TMP-2740.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sánchez, B. (2006). *Las MYPES en Perú. Su importancia y propuesta tributaria*. Recuperado de:
<http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/quipukamayoc/2006/primera/a13.pdf>
- Sánchez, N. y Montoya, V. (2017). *Limitaciones que tienen las micro y pequeñas empresas de Lima Norte, para acceder a un crédito en el sistema financiero*. (Tesis de pregrado). Universidad de San Martín de Porres, Lima. Recuperado de

http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/2839/1/sanchez_montoya.pdf

Tarazona, I. y Collazos, J. (2016). *Cultura tributaria en la formalización de las MYPES, provincia de Pomabamba-Ancash año 2013 (Caso: Micro Empresa T&L S.A.C.)* (Tesis de pre grado). Los Olivos. Universidad de Ciencias y Humanidades.

Recuperado de:

<http://repositorio.uch.edu.pe/bitstream/handle/uch/60/CULTURA%20TRIBUTARIA%20EN%20LA%20FORMALIZACION%20DE%20LAS%20MYPES,%20PROVINCIA%20DE%20POMABAMBA%20ANCASH%20A%C3%91O%202013.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Zevallos, E. (2012). *Competencias para la productividad de las pymes centroamericanas en la economía del conocimiento y la innovación*. Fundación Omar Dengo: Costa Rica, El Salvador, Nicaragua.

ANEXOS

Anexos

Anexo 1: Instrumentos de Recolección de Datos

ENCUESTA A MYPES SECTOR COMERCIO TEXTIL

La presente encuesta está dirigida a microempresas del sector comercio textil del distrito de Chiclayo, la cual tiene como objetivo Analizar los factores que determinan el desarrollo de las MYPES en el sector comercio textil en el distrito de Chiclayo.

1. **Edad:** _____

2. **Sexo**

Femenino Masculino

3. **¿Cuál es el nombre su empresa?**

4. **¿Qué antigüedad tiene su negocio?**

- a) De 0 a 6 meses
- b) De 6 a 12 meses
- c) De 1 año a 2 años
- d) Mayor a 2 años

5. **¿Cuál es su grado de instrucción?**

Primaria

Secundaria

Técnico _____

Universitaria _____

6. **¿Con qué tipo de recursos inició su negocio?**

- a) Capital propio
- b) Préstamo

7. **¿Con qué monto de capital de trabajo inició su negocio?**

- a) Menos de S/.1000.00
- b) S/. 1000.00 a S/. 5000.00
- c) S/. 5000.00 a S/. 10000.00
- d) S/.10000.00 a S/.15000.00
- e) S/. 15000.00 a más

8. **¿Tiene acceso al crédito?**

SI NO

9. ¿Cuál es la fuente con la que se ha financiado?

- a) Banco
- b) Caja municipal de ahorro y crédito
- c) EDPYME
- d) Juntas o panderos

10. ¿Su negocio ha crecido con dinero proveniente de préstamos o con su propio capital?

Propio Préstamos

11. Durante el periodo 2017-2019, cuál ha sido el mayor monto con el que financió su negocio

MONTOS	PERÍODO		
	2017	2018	2019
Menos de S/.1000.00			
S/. 1000.00 a S/. 5000.00			
S/. 5000.00 a S/. 10000.00			
S/.10000.00 a S/.15000.00			
S/. 15000.00 a más			

12. ¿A qué destinó dicho financiamiento?.....

- a) Capital de trabajo
- b) Activo fijo
- c) Pago a proveedores
- d) Adquisición de materia prima
- e) Otro, especifique

13. ¿Durante qué mes o meses del año tiene más ventas?

14. ¿Cuál es el promedio de ventas en los mejores meses?

15. ¿Cuántas personas laboran en su empresa?

16. ¿Realiza capacitaciones a su personal?

SI NO

17. ¿Cada cuánto tiempo rota a su personal?

18. ¿Realiza promociones u ofertas?

SI NO

19. ¿Realiza la técnica del merchandising?

SI NO

20. ¿Cuenta con la elaboración de estados financieros y registro de ventas?

SI NO

21. ¿Cuenta con un plan operativo?

SI NO

22. ¿Ha pensado en seguir invirtiendo para crecer su negocio?

SI NO

23. ¿Cuenta con RUC vigente?

SI NO

24. ¿Cuánto gastó durante el proceso de formalización?

25. ¿Considera usted que el proceso de formalización es más bien una traba para el micro y pequeño empresario?

SI NO

Anexo 2:

Formato de Tabulación de Datos

Edad	Sexo	¿Qué antigüedad tiene su negocio?	¿Cuál es su grado de instrucción?	¿Con qué tipo de recursos inició su negocio?	¿Con qué monto de capital de trabajo inició su negocio?	Promedio de ventas	¿Tiene acceso al crédito?	¿Cuál es la fuente con la que se ha financiado?	¿Su negocio ha crecido con dinero proveniente de préstamos o con su propio capital?	¿A qué destinó dicho financiamiento?	¿Cuál es el promedio de ventas en los mejores meses?	¿Cuántas personas laboran en su empresa?	Número de trabajadores	¿Realiza capacitaciones a su personal?	¿Cada cuánto tiempo rota a su personal?	Rotación del personal	¿Realiza promociones u ofertas?	¿Realiza la técnica del merchandising?	¿Cuenta con la elaboración de estados financieros y registro de ventas?	¿Cuenta con un plan operativo?	¿Ha pensado en seguir invirtiendo para crecer su negocio?	¿Cuenta con RUC vigente?	¿Cuánto gastó durante el proceso de formalización?	¿Considera usted que el proceso de formalización es más bien una traba para el micro y pequeño empresario?
24	1	4	3	1	4	2	1	1	1	4	8000	2	1	2	4	1	2	1	1	1	1	200	2	
45	2	4	2	2	5	1	1	1	2	4	10000	2	2	1	4	2	1	1	1	1	1	200	2	
68	2	4	4	2	2	1	1	1	1	4	10000	3	1	1	2	1	2	2	1	2	2	1000	2	
41	2	4	4	2	5	1	1	1	2	4	30000	2	2	1	6	2	1	1	1	1	1	200	2	
64	2	4	4	1	2	2	1	1	1	3	8000	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2	500	2	
39	2	4	4	2	5	1	1	1	2	1	10000	2	1	1	6	2	2	2	2	2	1	100	2	
64	2	4	2	2	5	1	2	1	1	4	12000	1	2	1	3	1	2	2	1	1	1	2000	2	
41	2	4	2	1	5	2	2	1	1	4	1200	2	1	2	6	2	2	1	1	2	1	2000	2	
44	2	4	3	1	2	2	2	1	1	4	5000	2	1	2	6	2	1	1	2	1	2	100	2	
54	2	4	4	2	2	1	1	1	2	4	10000	1	2	1	6	2	2	1	2	2	1	1000	2	
38	2	4	2	2	3	1	1	1	1	4	70000	1	2	1	6	1	1	1	2	1	1	1000	2	
19	1	1	2	1	1	2	2	1	1	4	3000	2	1	2	6	2	1	1	2	2	1	100	2	
60	1	4	4	2	2	1	1	1	1	4	10000	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	500	2	
29	2	4	2	1	2	2	2	1	1	4	3000	2	1	2	6	2	1	1	2	1	2	200	2	
25	1	4	4	2	2	1	1	1	2	4	70000	3	2	1	6	1	2	2	1	2	1	3000	2	
60	2	4	4	1	2	2	1	1	1	4	5000	2	1	2	6	2	2	1	2	1	1	2000	1	
35	1	4	3	1	4	2	2	1	1	4	4000	2	1	1	5	2	1	2	2	1	1	100	1	
40	1	4	4	1	1	2	2	1	1	4	5000	1	1	1	4	1	2	1	2	1	1	0	2	
25	2	4	2	1	2	2	2	1	1	4	2000	5	1	2	6	2	2	2	1	1	2	200	2	
35	2	2	1	1	2	2	1	1	2	4	3000	2	1	2	3	2	1	2	2	2	1	300	1	
28	2	4	3	2	3	1	1	1	2	4	20000	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1	1000	2	
45	1	4	3	1	5	2	2	1	1	1	4000	1	1	1	4	2	1	1	1	1	1	200	1	
26	2	4	4	1	2	2	1	1	2	4	5000	2	1	1	4	1	2	1	2	1	1	200	2	
69	2	2	4	1	2	2	1	1	2	4	4000	2	1	1	4	2	2	2	2	2	1	800	2	
27	1	4	2	2	2	1	1	1	1	4	10000	5	1	1	4	1	2	1	2	1	2	200	2	
37	2	4	2	1	5	2	1	1	2	4	3000	2	1	2	4	2	2	1	2	2	2	100	1	
42	2	4	4	1	2	2	2	1	1	4	800	2	1	1	3	1	2	2	1	2	2	100	1	
26	2	4	3	2	2	1	1	1	1	1	10000	4	1	1	3	1	1	1	2	1	2	3000	1	
57	2	4	2	1	2	1	1	2	1	4	10000	2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	150	1	
62	1	4	4	1	1	2	1	1	2	4	3000	3	1	1	3	2	1	1	2	1	1	2	2	
51	1	4	2	2	2	1	1	1	1	4	50000	1	2	1	3	1	2	1	1	1	1	5000	1	
50	2	3	2	1	3	2	1	1	1	4	3000	2	1	1	3	2	2	1	2	1	1	500	2	
32	2	2	4	2	5	1	1	1	1	4	20000	2	2	1	6	1	1	1	1	1	1	1000	1	
49	2	4	3	2	2	1	1	3	2	4	12000	2	1	1	3	2	1	1	2	1	1	2	2	
55	2	4	4	1	5	2	2	3	1	4	1000	1	1	2	3	2	2	1	2	1	2	1000	2	
22	2	4	4	1	2	2	2	2	2	4	1000	1	1	2	3	2	2	2	2	2	1	2	2	
47	2	4	2	1	2	2	2	2	1	4	1000	5	1	2	3	2	2	1	1	1	1	1	1	
62	2	4	2	2	2	1	1	1	2	4	60000	3	1	1	3	1	1	1	1	2	1	2000	2	
50	2	4	3	2	2	2	1	1	1	4	6000	1	1	1	3	2	2	1	2	2	1	1000	2	
21	2	4	4	1	2	2	1	1	2	1	3500	2	1	1	3	2	2	1	2	1	1	500	2	
59	2	4	2	1	2	2	1	2	2	4	3000	1	1	1	4	2	2	2	2	2	1	0	1	
19	2	4	2	2	2	2	1	3	2	4	6000	2	1	1	4	2	2	2	1	2	1	1000	2	
25	2	4	4	1	2	2	1	1	2	4	2500	2	1	2	6	1	1	1	1	1	2	1000	2	
52	1	4	2	1	2	2	1	1	2	4	4000	1	1	1	4	2	1	1	1	1	1	200	2	
37	2	4	2	1	4	2	1	1	1	4	4000	1	1	1	4	2	1	1	1	1	1	100	2	
50	2	3	2	2	4	2	1	3	2	4	3000	3	1	2	3	2	2	1	1	1	2	300	2	
70	2	4	3	1	3	2	1	4	1	4	1500	1	1	1	3	2	2	1	2	1	2	650	2	
48	1	4	3	2	5	1	1	1	1	4	15000	3	2	1	3	2	2	1	1	1	1	1500	2	
45	2	4	4	1	3	2	1	1	1	4	6000	2	1	1	3	2	1	1	1	1	1	800	2	
37	2	4	2	1	4	2	1	1	1	4	4000	1	1	2	4	2	1	1	1	1	2	100	2	

Anexo 3: Rúbricas de Expertos de Instrumentos de Recolección de Datos


INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

I. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:
 FACTORES QUE DETERMINAN EL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS MYPES EN EL SECTOR COMERCIO TEXTIL EN EL DISTRITO DE CHICLAYO-LAMBAYEQUE-PERÚ

II. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:
 CUESTIONARIO DE ENCUESTA PARA IDENTIFICAR LOS FACTORES QUE DETERMINAN EL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS MYPES EN EL SECTOR COMERCIO TEXTIL EN EL DISTRITO DE CHICLAYO-LAMBAYEQUE-PERÚ

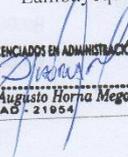
III. TESISTA:
 LIC. TANTALEÁN ZEÑA FRANCISCO ANTONIO

IV. DECISIÓN:
 Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, se procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES:
Ninguna

APROBADO: SÍ NO

Lambayeque, setiembre del 2019

COLEGIO DE LICENCIADOS EN ADMINISTRACIÓN

 M. César Augusto Horna Mego
 CLAD - 21954

Firma _____
 EXPERTO



INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

I. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

FACTORES QUE DETERMINAN EL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS MYPES EN EL SECTOR COMERCIO TEXTIL EN EL DISTRITO DE CHICLAYO-LAMBAYEQUE-PERÚ

II. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

CUESTIONARIO DE ENCUESTA PARA IDENTIFICAR LOS FACTORES QUE DETERMINAN EL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS MYPES EN EL SECTOR COMERCIO TEXTIL EN EL DISTRITO DE CHICLAYO-LAMBAYEQUE-PERÚ

III. TESISISTA:

LIC. TANTALEÁN ZEÑA FRANCISCO ANTONIO

IV. DECISIÓN:

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, se procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES:

.....
 ...

APROBADO: SI



NO



Lambayeque, setiembre del 2019

Firma

EXPERTO

M. Sc Abdel Javier Flores Olivos



INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

I. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

FACTORES QUE DETERMINAN EL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS MYPES EN EL SECTOR COMERCIO TEXTIL EN EL DISTRITO DE CHICLAYO-LAMBAYEQUE-PERÚ

II. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

CUESTIONARIO DE ENCUESTA PARA IDENTIFICAR LOS FACTORES QUE DETERMINAN EL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS MYPES EN EL SECTOR COMERCIO TEXTIL EN EL DISTRITO DE CHICLAYO-LAMBAYEQUE-PERÚ

III. TESISISTA:

LIC. TANTALEÁN ZEÑA FRANCISCO ANTONIO

IV. DECISIÓN:

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, se procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES:

Ninguna.....

APROBADO: SI



NO



Lambayeque, setiembre del 2019

Firma

EXPERTO  Mg. BORIS OMAR SERREPE ZAPATA



INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

I. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

FACTORES QUE DETERMINAN EL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS MYPES EN EL SECTOR COMERCIO TEXTIL EN EL DISTRITO DE CHICLAYO-LAMBAYEQUE-PERÚ

II. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

CUESTIONARIO DE ENCUESTA PARA IDENTIFICAR LOS FACTORES QUE DETERMINAN EL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS MYPES EN EL SECTOR COMERCIO TEXTIL EN EL DISTRITO DE CHICLAYO-LAMBAYEQUE-PERÚ

III. TESISISTA:

LIC. TANTALEÁN ZEÑA FRANCISCO ANTONIO

IV. DECISIÓN:

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, se procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES:

Ninguna

APROBADO: SI



NO



Lambayeque, setiembre del 2019

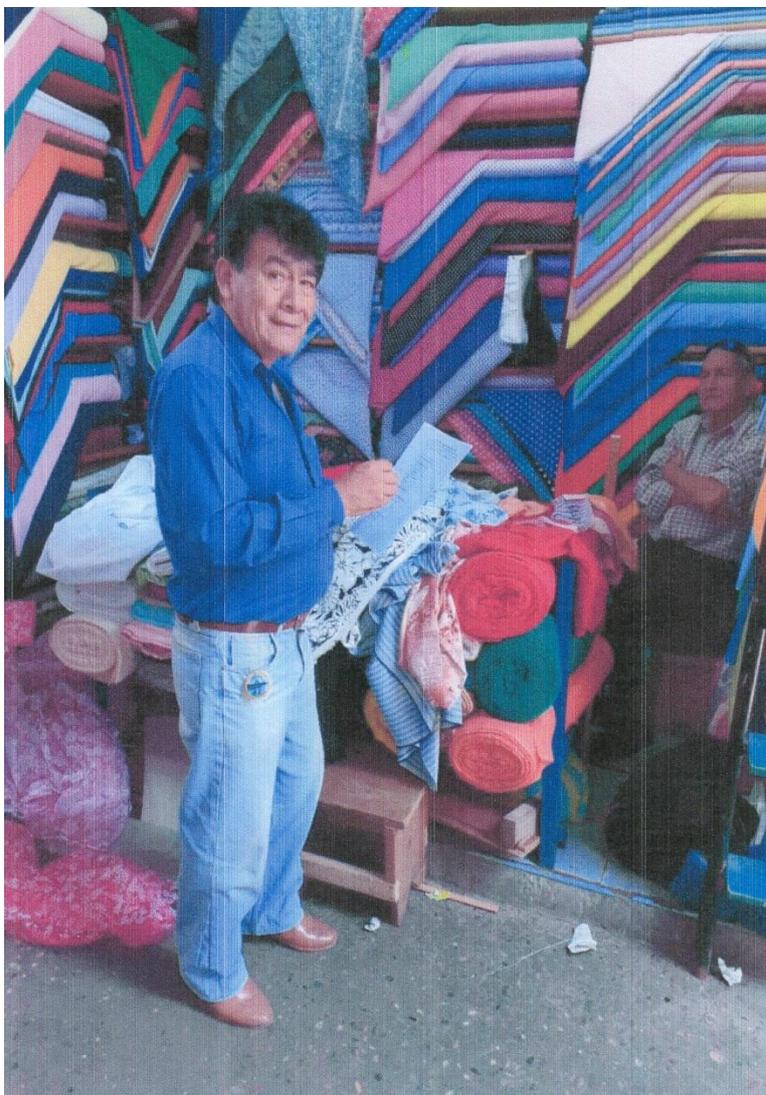
Firma

EXPERTO

[Firma]
Dr. Marino Bravo Chaponan
 COLEGIO PÚBLICO COLEGARO
 MAT. 04 - 2245

ANEXO N° 4: Fotografía, Investigador visitando las MYPES

Fotografía N° 1. Investigador visitando las MYPES del sector Comercio Textil en el distrito de Chiclayo.



Fotografía N° 2. Investigador aplicando la encuesta en las MYPES del sector Comercio Textil en el distrito de Chiclayo.